DOCUMENT RESUME

ED 444 359 FL 026 349

TITLE	New Canadian Perspectives: A Profile of the Providers of Training in English or French as a Second Language.
INSTITUTION	Statistics Canada, Ottawa (Ontario). Training and Continuing Education Section.
SPONS AGENCY	Ministry of Canadian Heritage, Ottawa (Ontario).
ISBN	ISBN-0-662-64742-4
ISSN	ISSN-1203-8903
PUB DATE	2000-00-00
NOTE	192p.; Prepared under contract to the Department of Canadian Heritage, Industry Canada, Language Training Canada, the Canadian Tourism Commission, and the Canadian Education Centres Network.
CONTRACT	COO-980098-OE
AVAILABLE FROM	http://www.pch.gc.ca/offlanfoff/perspectives/index.htm
PUB TYPE	Numerical/Quantitative Data (110) -- Reports - Descriptive (141)
LANGUAGE	English, French
EDRS PRICE	MF01/PC08 Plus Postage.
DESCRIPTORS	Adult Education; Canada Natives; Elementary Secondary Education; *English (Second Language); Foreign Countries; Foreign Students; *French; French Canadians; Higher Education; Immigration; Language Minorities; *Language Teachers; Limited English Speaking; Politics of Education; Questionnaires; Second Language Instruction; Second Language Learning; *Second Language Programs; Sociolinguistics; Surveys
IDENTIFIERS	*Canada

ABSTRACT

This report presents the findings of the 1998 survey of providers of training in English or French as a second or foreign language in Canada. The purpose of the survey was to gather information at the national level and, where possible, at the regional level, on the size of the industry, its characteristics, and the role played by foreign students. The main objectives of the survey were: to collect information on the language training industry in order to measure its overall importance as well as the contribution of foreign students; to give decision makers the necessary tools to design appropriate policies; and to provide the second language trainers with a profile of their industry. The report begins with an introduction that briefly sets the report in context. Chapter 1 provides a description of the English as a Second Language (ESL)/French as a Second Language (FSL) training industry in terms of its characteristics such as total revenues, enrollment, employees, and so on. Chapter 2 examines the services offered and the marketing practices of the industry. Chapter 3 examines the importance and role of the foreign market as measured by the number of foreign students studying in Canada and the volume of operations abroad. Chapter 4 reviews ESL/FSL training and teaching methods. A conclusion reviews survey results and provides recommendations for future surveys. Three appendices provide detailed statistical data, methodological details, and a copy of the questionnaire used. Bar charts, pie charts, figures, and various other configurations of data displays are included throughout the text. (KFT)

Reproductions supplied by EDRS are the best that can be made
from the original document.

ED 444 359

Canadian Heritage | Patrimoine canadien

Statistics Canada | Statistique Canada

A Profile of the Providers of Training in English or French as a Second Language

PERMISSION TO REPRODUCE AND DISSEMINATE THIS MATERIAL HAS BEEN GRANTED BY

O'Keefe, Michael

TO THE EDUCATIONAL RESOURCES INFORMATION CENTER (ERIC)

1

U.S. DEPARTMENT OF EDUCATION
Office of Educational Research and Improvement
EDUCATIONAL RESOURCES INFORMATION CENTER (ERIC)

☑ This document has been reproduced as received from the person or organization originating it.

☐ Minor changes have been made to improve reproduction quality.

• Points of view or opinions stated in this document do not necessarily represent official OERI position or policy.

BEST COPY AVAILABLE

Canada

Canadian Heritage / Patrimoine canadien

Statistics Canada / Statistique Canada

NEW CANADIAN PERSPECTIVES

A Profile of the Providers of Training in English or French as a Second Language

Prepared by the Training and Continuing Education Section,
Centre for Education Statistics, Statistics Canada, 1999

The Survey of Providers of Training in English or French as a Second or a Foreign Language and this report were prepared under contract to the Department of Canadian Heritage, Industry Canada, Language Training Canada, the Canadian Tourism Commission and the Canadian Education Centres Network

Canada

The opinions expressed in this publication are those of the authors and do not necessarily reflect federal government policy or opinion.

Canadian Cataloguing in Publication Data

A profile of the providers of training in English and French as a second language

(New Canadian perspectives, ISSN 1203-8903)
Text in English and French on inverted pages.
Title on added t.p.: Un profil des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde.
ISBN 0-662-64742-4
Cat. no. CH3-2/11-2000

1. Language and languages -- Study and teaching -- Canada.
2. English language -- Study and teaching as a second language -- Canada.
3. French language -- Study and teaching as a second language -- Canada.
4. Language schools -- Canada.
I. Canada. Canadian Heritage.
II. Series.

P57.C3P76 2000 407.1'0971 C00-980098-0E

© Department of Public Works and Government Services Canada, 2000

ACKNOWLEDGEMENTS

We are indebted to the Department of Canadian Heritage, Industry Canada, Language Training Canada, the Canadian Tourism Commission and the Canadian Education Centres Network for funding the survey and this report. We particularly acknowledge Elaine Armstrong, Hélène Cormier, Mary-Jo Lynch, Maria Riccio, Dick Stanley and Blair Stevens for their precious comments. We also acknowledge all of the schools that participated in the survey as well as the association representatives for their helpful comments during the consultation process.

We also thank Lisa Shipley and Shiang Ying Dai who developed the survey frame and designed the questionnaire with the assistance of Lia Gendron, Marianne Gossen, Lisa Verdon and Jackie Yiptong.

A very special thank you to Martine Lafrenière who oversaw the data collection process and produced all of the tables and charts.

Barbara Campbell and
Robert Couillard
Centre for Education Statistics
Statistics Canada

5

METHODOLOGICAL PREFACE

While many efforts were made to collect information, the response rate for the survey was 46 percent. Numerous factors have been attributed to this result including: the length of the questionnaire, the difficulty for many respondents to extract the information from their records, the lack of time to complete the questionnaire during business hours, and even concerns about revealing competitive advantages to the competition. Due to the low overall response rate, and the regional variation in response rates, analysis at the regional and provincial levels is in most cases not possible.

Comparisons made between a) public and private sector schools b) English, French and dual schools (providing both English and French training) and c) foreign vs domestic operations are done so with caution. The conclusions drawn could have been considerably different had the response rates been different.

In addition, this study is not solely based on schools offering exclusively English or French as a second language. Some schools offer training in both.

TABLE OF CONTENTS

Acknowledgements i
Table of Contents iii
Highlights 1
Introduction 5

1: Industry Overview 9
Demand for Language Training 9
Mix of Services Provided in 1998 9
History of English Language Training 11
History of French Language Training 12
Type of Schools 14
Regional Distribution of ESL/FSL Providers 15
Continuity of Services 15
Revenues 17
Enrolments 18
Staff 21
Trends in Industry Enrolments 22
Trends in Industry Revenues 23
Adjusted Aggregate Industry Data 23

2: Services Offered by ESL/FSL Industry and Marketing Practices 25
Second Language Training is a Services Industry 25
Instructional Services 25
Supplemental Services 29
Regional Variations in Supplemental Services 29
Institutional Variations in Supplemental Services 30
Accommodation Services 31

Marketing Methods 32
Marketing Expenditures 34
Target Locations of Marketing Efforts 36
Emerging Markets 37
Partnerships in Marketing 38
Association Memberships 39

3: Foreign Elements of Canadian ESL/FSL Industry 43
Global Competition 43
Section A: Canadian Schools Operating Abroad 43
Volume of Output Outside of Canada 45
Enrolments in Foreign Markets 46
Staffing in Foreign Markets 47
Section B: Foreign Student Enrolments in Canada 47
Place of Origin of Foreign Student Enrolments 50
Foreign Enrolments Profile 51
Foreign Enrolments Revenues 53

4: Issues in Second Language Teaching 55
Teaching in the Knowledge Economy 55
Teaching Formats 55
Teaching Methods 57
Evaluation of Potential Industry Initiatives 59

Conclusion 61

Appendix A: Statistical Tables 63
Appendix B: Survey Methodology and Data Quality 71
Appendix C: Survey Questionnaire 75

HIGHLIGHTS

This report presents findings of the 1998 survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language in Canada. The purpose of the survey was to gather information at the Canada level and, where possible, at the regional level on the size of the industry, its characteristics and the role played by foreign students.

MAJOR FINDINGS

The Industry

- The industry includes 331 private schools and 159 public institutions that offer second language training for an estimated value of 300 million dollars.
- The second language training industry is young and growing. Half of the schools are less than ten years old. The compound growth rate in enrolments over the last four years is 18 percent.
- English language training is provided by 61 percent of the schools making up the majority of the language training provided.
- Geographically, language training providers are concentrated in Quebec (33 percent), Ontario (28 percent) and British Columbia (23 percent). The Atlantic and Prairies regions account for 6 and 10 percent of the schools, respectively.
- The language training industry is comprised of many small businesses. Over 39 percent of the schools have revenues of less than $200,000. On average, public institutions are larger than private schools.

- The industry is estimated to employ over 11,000 individuals. Close to a third (32 percent) are working full-time and 23 percent are working part-time. Contract and sessional staff represent another third of employees, and casual, volunteer and unpaid workers, 12 percent.
- The average number of employees per school is 28 but close to 40 percent of the schools have less than 10 employees.

The Clientele

- The estimated number of enrolments in non-credit ESL/FSL courses in 1998 is approximately 290,000. The foreign clientele represents 39 percent of this aggregate estimate.
- Some 6% of the schools are operating abroad.
- Foreign students list improving second language skills for academic preparation as the top reason for taking second language training. Among Canadians, employees from government bodies represent the largest group of clients.
- To attract potential students, second language schools use a variety of marketing methods. Methods based on written material and those based on personal contact are used by 94 and 85 percent of the schools, respectively. Electronic methods, especially web pages, are also popular as 81 percent of the schools report using this approach.
- Marketing expenditures represent 6 percent of total expenditures. They are mainly concentrated in Canada, Asia and South and Central America, but Europe is an emerging market.

Services Offered

- Two thirds of second language schools specialize in language training, that is they do not provide other language-related services such as translation or interpretation services.
- In addition to instructional services, 83 percent of the providers also offer supplemental services such as cultural visits, daily life activities, touring activities, etc.

- Accommodation services are also provided by 57 percent of the schools. Homestay is the most popular type of accommodation offered by both private and public schools.
- While the percentage of schools offering group instruction is similar (96 percent) in the private and the public sector, one-to-one instruction is much more popular among private schools (89 percent) than it is with public schools (59 percent).

Future Developments

- While a fairly large majority of the respondents (81 percent) are looking for support from the government in terms of policy development or funding programs, they are, in general, less prone to support regulatory initiatives such as the development of student testing standards (56 percent) or national teaching standards (66 percent).

INTRODUCTION

THE CONTEXT

During the last two decades, most economies have experienced many social, economic and technological changes, forcing individuals and especially workers to adapt to the new environment. In Canada, more than six million adults enrolled in a formal course or program of study to acquire new skills in 1997[1]. They attended a public institution, a private school or were trained at work. The training providers industry has grown accordingly and has developed new curricula to suit various clienteles, one of which is individuals who want to learn a new language. Over the years, the demand for English language training has increased worldwide. At the same time, Canadian suppliers of language training have developed an expertise in the area of training in English or French but information on the characteristics of these providers and the size of the market were lacking.

In this context, Statistics Canada conducted a mail-out/mail-back Survey of the Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language (Survey of Providers of Training in ESL/FSL) in 1998. The survey was mainly commissioned by the Department of Canadian Heritage and also received support from Industry Canada, the Canadian Tourism Commission, Language Training Canada and the Canadian Education Centres Network.

The main objectives of the survey were:

- to collect information on the language training industry in order to measure its overall importance as well as the contribution of the foreign students;

1. Statistics Canada, *The Adult Education and Training Survey*, 1998.

- to give decision makers necessary tools to design appropriate policies; and
- to provide the second language trainers with a profile of their industry.

TARGET POPULATION

The target population of the survey consisted of all private schools and public institutions that offered non credited courses or programs in French or English as a second or foreign language.[2] Private schools were defined as businesses whose main activity was to offer training in the English or French language for profit. Public institutions included colleges and universities or affiliated institutes that offered training in ESL/FSL outside their regular curriculum. In general, institutions providing this type of training have created a separate entity and operate on a cost-recovery basis. Since school boards are mainly aiming at a local and younger clientele, they were not included in the survey. COFIs in Quebec were excluded from the survey.

ORGANIZATION OF THE REPORT

This introduction briefly sets the report in context. It also mentions the survey goals and reviews the definition of the industry described in this study.

Chapter 1 provides a description of the ESL/FSL training industry in terms of its characteristics such as total revenues, number of enrolments, number of employees and a few other characteristics. It also describes the industry in terms of types of operations and levels of growth over the last few years.

Chapter 2 examines the services offered and the marketing practices of the industry.

2. The French or English language is considered a second language when taught to Canadians and a foreign language when the learner is a foreigner.

BEST COPY AVAILABLE

Chapter 3 presents information on the importance of the foreign market as measured by the number of foreign students studying in Canada and the volume of operations abroad is reviewed.

Chapter 4 reviews some issues in the area of ESL/FSL training, namely teaching methods and formats used and the potential impact of some initiatives on the growth of the industry.

A Conclusion section reviews the survey results and provides recommendations for future surveys of the industry.

Three appendices conclude the report: Appendix A is a statistical annex; Appendix B describes how the survey was conducted; Appendix C provides a copy of the questionnaire used to collect the information.

I. INDUSTRY OVERVIEW

DEMAND FOR LANGUAGE TRAINING

The linguistic duality of Canada has contributed to the development of an infrastructure of language services in both English and French and to an expertise which is recognized around the world. While Canadian residents have undertaken study of official languages for some time now, the growing component of foreign students who are accessing our language services infrastructure can be seen as a positive economic spin-off of our investment in language training. Assuming immigration policies continue to attract immigrants[3] who do not speak English or French, and globalization of trade continues to encourage the knowledge of several languages, there are strong reasons to believe our language training industry will continue to grow.

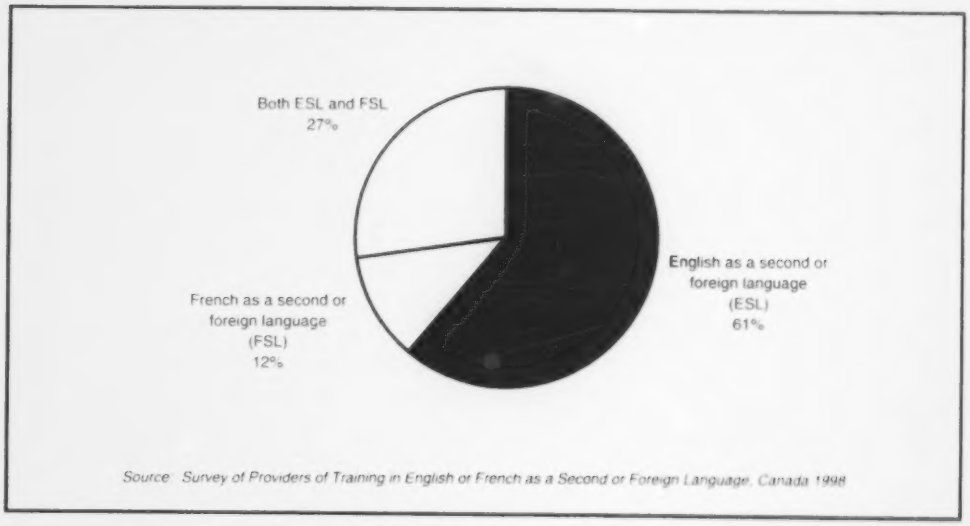
MIX OF SERVICES PROVIDED IN 1998

The Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language (ESL/FSL) collected information on the characteristics of language training provided: ESL, FSL or both (dual schools). The majority of responding schools (61 percent) indicate they are providing ESL training, 12 percent are providing FSL training, and 27 percent are offering training in both languages.

3. According to the 1996 Census, 13 percent of the immigrants to Canada between 1991 and 1996 could speak neither English nor French. 1996 Census CD ROM, Statistics Canada 94F0009XDB96191.

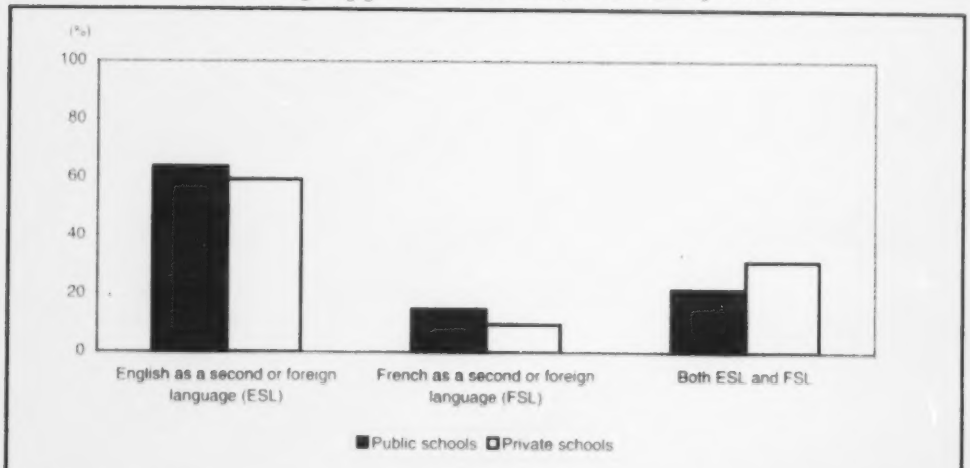
Among the public institutions, 64 percent provide ESL, 15 percent offer FSL and 22 percent offer both ESL and FSL training. The proportions of responding private schools reporting ESL training (59 percent) and FSL training (10 percent) are somewhat lower than the proportions of public schools reporting these services. However, the proportion of private schools providing both ESL and FSL training is much higher (31 percent) than that of public schools.

Chart 1.1 Proportion of Schools Providing ESL, FSL, or Both, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

Chart 1.2 Proportion of Schools Providing ESL, FSL or Both, by Type of School, Canada, 1998



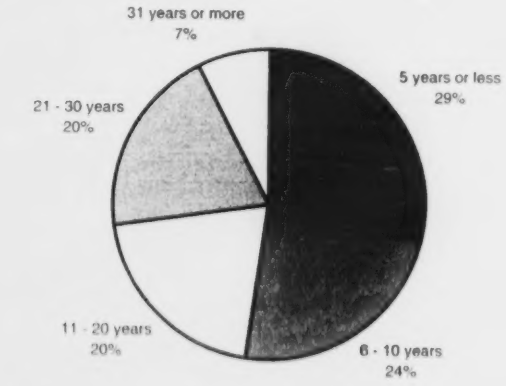
Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

BEST COPY AVAILABLE

HISTORY OF ENGLISH LANGUAGE TRAINING

The survey also collected information on the year language training services were first offered. This information was used to calculate the number of years the providers have been in business. Results from the survey indicate that ESL training is a relatively young growth industry in Canada. Over one quarter (29 percent) of responding schools offering ESL have been offering this service for 5 years or less. This group represents the largest category of ESL providers. Another 24 percent have been offering ESL for between 6 and 10 years. Overall, more than 50 percent of the schools providing ESL instruction have been doing so for 10 years or less. Only 27 percent of the ESL schools report being in business for 21 years or more.

Chart 1.3 Distribution of Schools, by the Number of Years They Have Been Teaching ESL, Canada, 1998

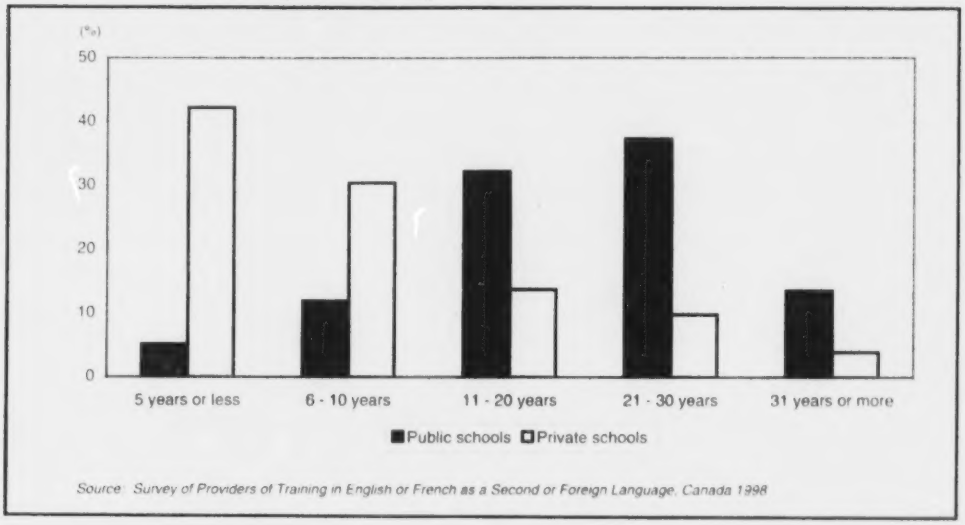


Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

There are important distinctions between the public and private schools that provide training in ESL, however. Only 17 percent of the public ESL providers have been in operation 10 years or less. Furthermore, as many as 51 percent have been in business for 21 years or more. The profile of the years of operation for private ESL providers is almost the opposite. Fully 72 percent of the responding schools report they have been in operation for 10 years or less and only 14 percent indicate they have been in operation for 21 years or more. Generally speaking, public ESL providers are older than private ESL providers.

BEST COPY AVAILABLE

Chart 1.4 Distribution of Schools, by the Number of Years They Have Been Teaching ESL and by Type of School, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

HISTORY OF FRENCH LANGUAGE TRAINING

French Language Training in Canada is a young growth industry as well. Exactly one quarter of all responding schools indicate they have been offering French as a Second Language (FSL) training for 5 years or less. Just over a fifth of the schools report being in business between 6 and 10 years. Just under half of all FSL providers have been in business for 10 years or less. Thirty-seven percent of the schools have been providing FSL services for 21 years or more.

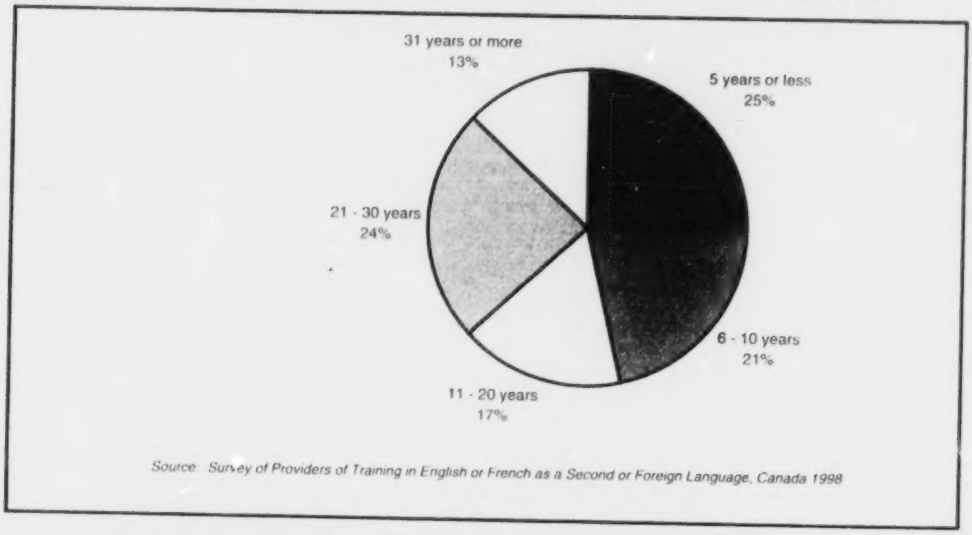
Relative to schools providing ESL, FSL schools appear, in general, to be older operations. This may be an oversimplification since 27 percent of all ESL/FSL providers do offer training in both ESL and FSL.

When FSL providers are separated into public and private schools, the differences in the years of operation that are seen among ESL providers are again present, albeit not to the same degree. While 23 percent of public schools have been providing FSL training for 10 years or less, 59 percent of the private schools responding to the survey report being in operation for 10 years or less. Again, while 56 percent of the public FSL providers have been in operation 21 years or more, a much smaller proportion of the private providers

BEST COPY AVAILABLE

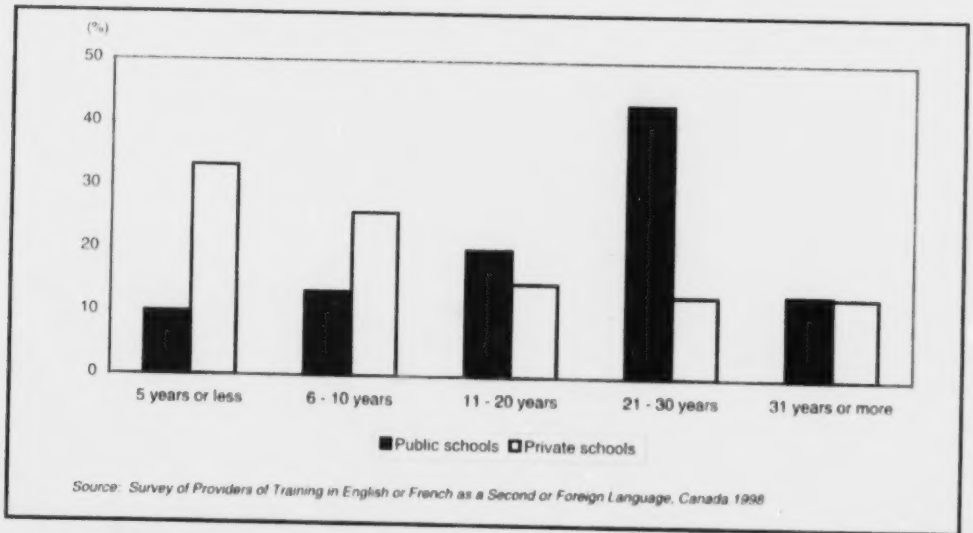
(26 percent) report being in operation this long. Overall, just as public providers of ESL training are older than private providers of ESL training, public FSL schools are older than private FSL providers. Again, since some dual schools offering ESL training were included in Chart 1.5, the results do not reflect the age distribution for schools providing FSL training alone.

Chart 1.5 Distribution of Schools, by the Number of Years They Have Been Teaching FSL, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

Chart 1.6 Distribution of Schools, by the Number of Years They Have Been Teaching FSL and by Type of School, Canada, 1998

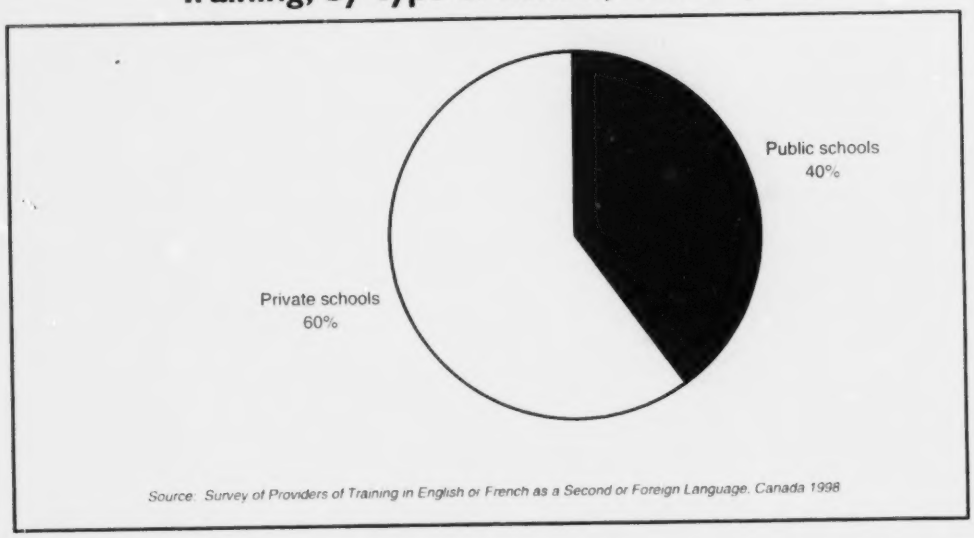


Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

TYPE OF SCHOOLS

One of the main distinctions in the ESL/FSL industry is in the private and public sector distribution of schools. Of the schools responding to the survey 40 percent operate as public institutions and 60 percent operate as private language schools[4].

Chart 1.7 Distribution of Schools Providing ESL/FSL Training, by Type of School, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

Two thirds of the private schools[5] specialize in the provision of ESL/FSL training, that is, they did not engage in other commercial activities. One third of the schools, however, did report engaging in other commercial activities. While the survey questionnaire did not ask respondents to specify what other commercial activities the schools engage in, it is well-known that translation services and interpretation services are closely related to language training services. Niche marketing[6] in some of the language training related services is

4. However, the complete inventory of schools that was used to conduct the mail-out/mail-back survey shows a different distribution. The public schools represent 32 percent of all schools while private schools represent 68 percent of the total inventory of schools.

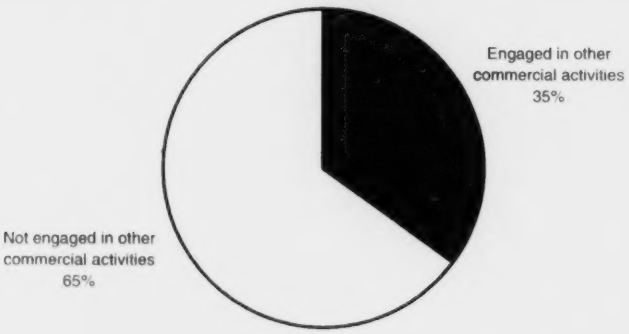
5. The public schools were not asked this question.

6. Manley, John and Martin, Paul. *Growing Small Businesses*. Industry Canada. Ottawa, 1994. p. 30.
Niche marketing is described as one of the characteristics of the emerging economy along with globalization of trade, prominence of services, knowledge intensity, competitive advantage independent of size, and continuous and rapid change.

BEST COPY AVAILABLE

an area to watch as clients become more demanding about what they want. Information on other ESL/FSL commercial activities will shed some light on the sophistication of the ESL/FSL industry.

Chart 1.8 Distribution of Private Schools, by Type of Commercial Activities, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

REGIONAL DISTRIBUTION OF ESL/FSL PROVIDERS

Quebec, Ontario and British Columbia dominate the ESL/FSL industry. Of the schools responding to the survey, 30 percent operate in Ontario, 25 percent in Quebec, and 24 percent in Bristish Columbia and the Territories. The remaining providers of ESL/FSL which responded to the survey are located in the Prairies (14 percent) and Atlantic Region (7 percent)[7].

CONTINUITY OF SERVICES

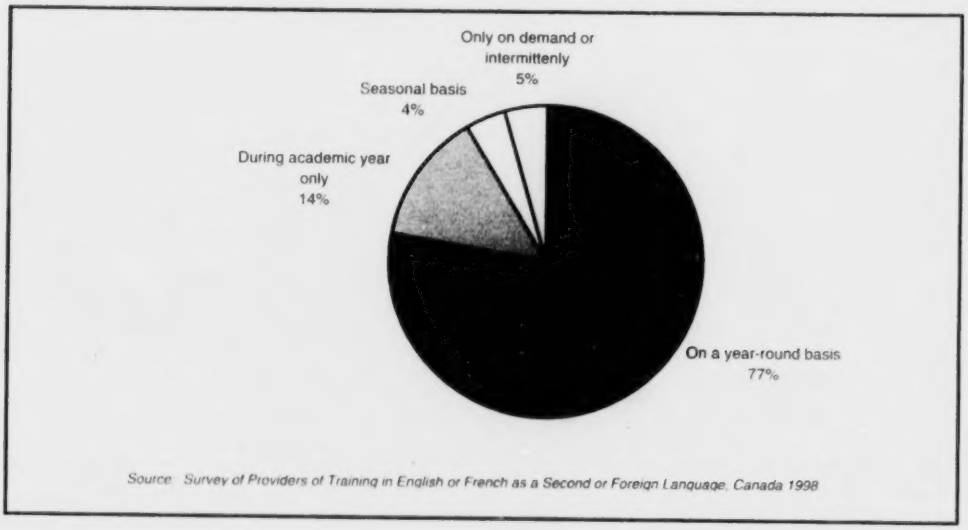
Most respondents to the survey (78 percent) indicate they provide language training services on a year-round or continuing basis. A smaller proportion (14 percent) provide training during the school or academic year only, a very small proportion (4 percent) provide training on a seasonal basis and an equal proportion provide training

7. For a regional distribution of schools based on the inventory, see Appendix B.

BEST COPY AVAILABLE

on an intermittent or demand basis. This is probably a reflection of the large variety of language training needs.

Chart 1.9 Distribution of Schools, by Type of Operation, Canada, 1998

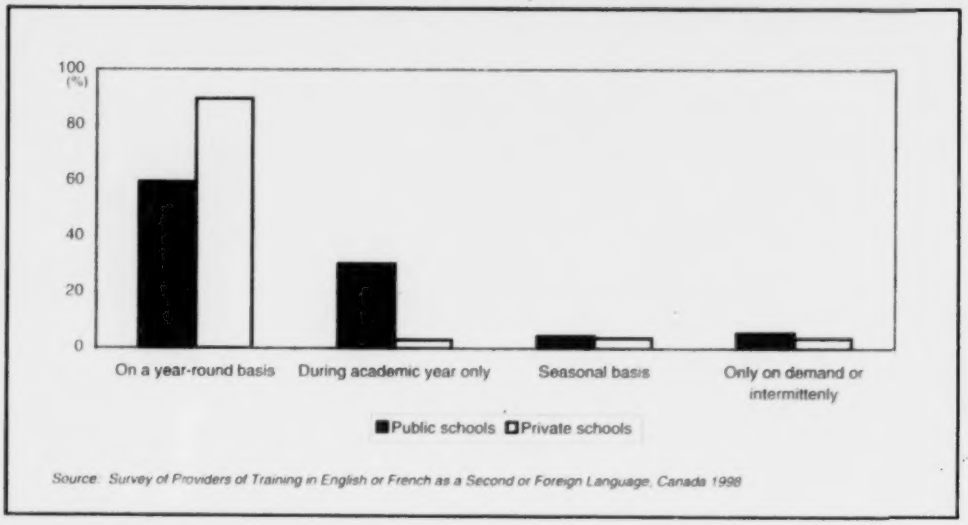


Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

However, far more private schools operate on a continuing basis than do public schools. Only 60 percent of the responding public schools indicate they provide year-round services, and as many as 30 percent report they only operate during the school or academic year. In contrast to the public schools, 90 percent of responding private ESL/FSL providers report operating on a year-round or continuing basis, and as few as 3 percent report operating during the academic year only. Private schools attract more foreign student enrolments and this may influence their practice of remaining open for training during the summer or non-academic season.

BEST COPY AVAILABLE

Chart 1.10 Distribution of Schools, by Type of Operation and by Type of School, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

REVENUES

The total revenues reported for ESL/FSL training schools participating in the survey is approximately $153 million for 1998[8]. Language Training schools derive revenues from a number of sources including tuition fees, charges to students (for residence, homestay or other accommodation, touring and recreational or other social activities) and other sources that can include program funding from governments. The most important source of revenues is tuition fees. The responding ESL/FSL providers report that 72 percent of their language training revenues are from tuition fees.

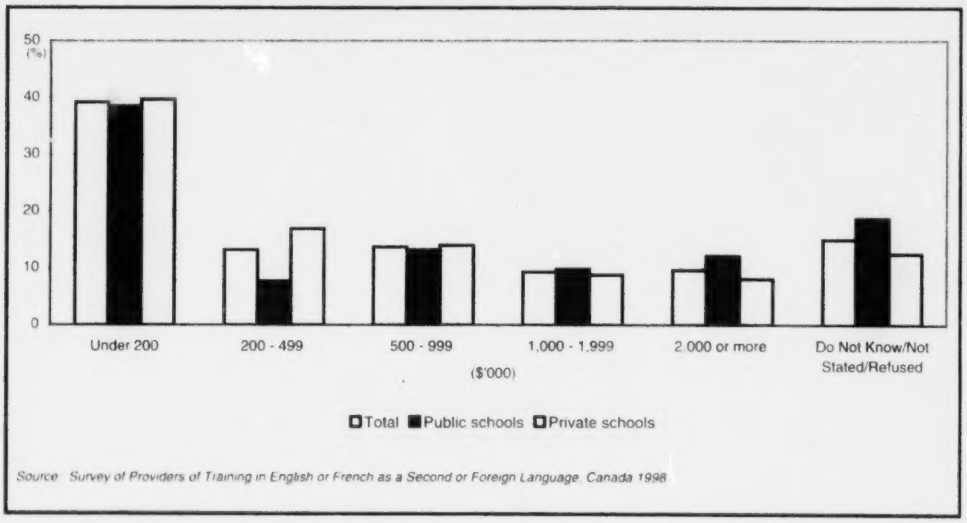
The distribution of private and public schools by revenue category does not show many differences in the structure of the two sectors of the industry. Very similar proportions are found in the low revenue category (total ESL/FSL revenues under $200,000) for public operators (39 percent) and private operators (40 percent). Among schools with total ESL/FSL revenues between $200,000 and $499,999, the proportion of private schools (17 percent) is twice the proportion of public schools (8 percent) of the same category. For other mid-

8. An estimate taking into account revenues earned by non-respondents to the survey is provided later in this chapter.

BEST COPY AVAILABLE

range revenue categories, the proportion of public and private schools is similar.

Chart 1.11 Distribution of Schools, by Total Revenues Earned from ESL/FSL Training and by Type of School, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

A greater proportion of public schools (12 percent) are found in the highest revenue category, ($2 million and over) than are private schools (8 percent). While there is significant variation in the amount of revenues earned in Canada by the providers of second language training, the following averages can serve as rough benchmarks for revenues generated by the schools responding to the survey in 1998.

- For all providers the average revenue from ESL/FSL is $792,000.
- For public providers the average revenue from ESL/FSL is $980,000.
- For private providers the average revenue from ESL/FSL is $669,000.

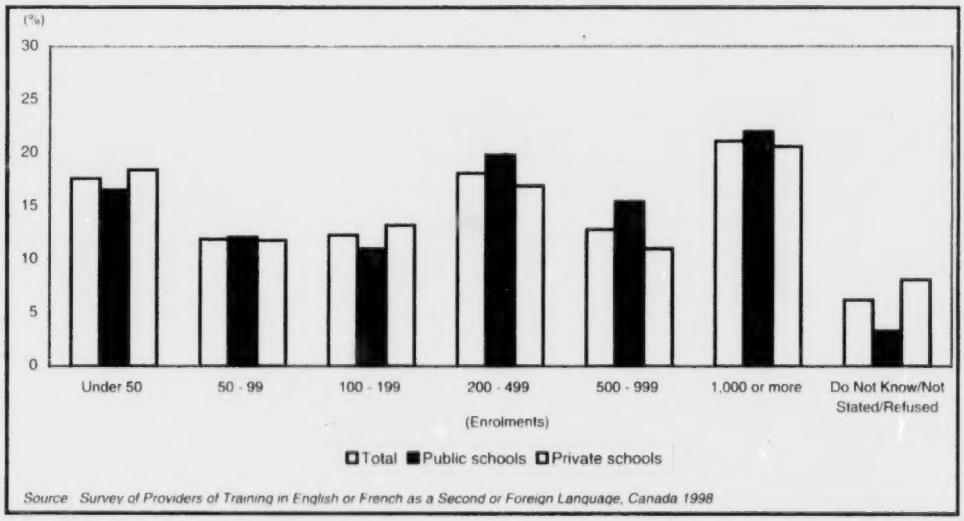
ENROLMENTS

Enrolments reported by respondent schools number approximately 164,000 in 1998[9]. Overall the vast majority (60 percent) of the providers of ESL/FSL have annual enrolments below the 500 level.

BEST COPY AVAILABLE

Thirteen percent of the schools have enrolments between 500 and 999, but 21 percent report enrolment levels in excess of 1,000. Surprisingly, there is little difference in the distribution of public and private providers by level of enrolments.

Chart 1.12 Distribution of Schools, by Enrolment Level and by Type of School, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

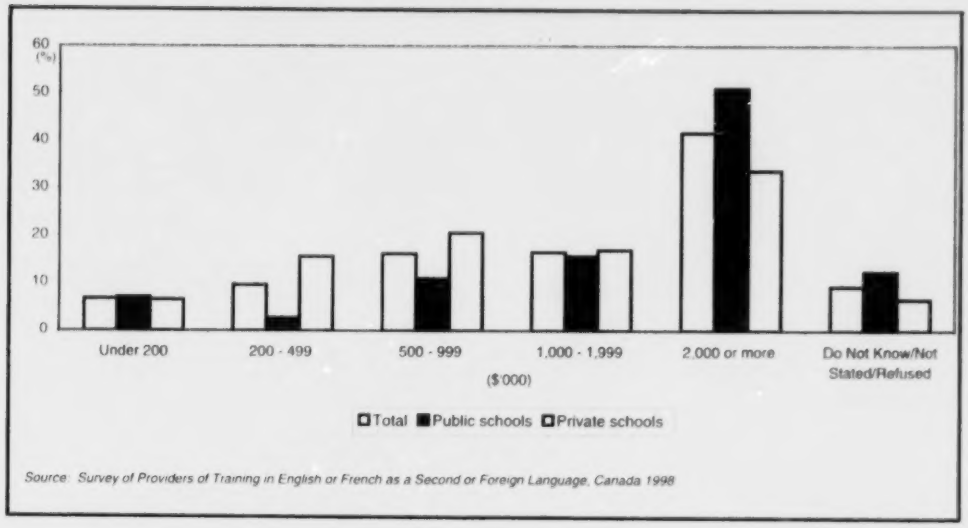
When examining the proportion of enrolments[10] within categories of revenues earned from ESL/FSL training, the public and private schools in the lowest revenue category have similar proportions of enrolments (7 percent and 6 percent respectively) just as they have similar proportions of total revenues from ESL/FSL. There are reported differences, however among schools in the mid-range categories. In the $200,000 to $499,999 category the private schools have more than five times the proportion of enrolments (16 percent) of the public schools (3 percent). Private schools also have twice the proportion of enrolments (21 percent) for operations in the $500,000 to $999,999 category than public schools do (11 percent) for this category.

9. An estimate taking into account enrolments obtained by non-respondents to the survey is provided later in this chapter.

10. No student or person level information is available. Most schools do not retain records of this information. The best information on ESL/FSL clients is data on enrolments that are definitely collected. However, because one student can enroll in one or more ESL/FSL courses or programs in the course of a year, the number of enrolments should not be used as an indicator of the actual number of students.

BEST COPY AVAILABLE-

Chart 1.13 Distribution of Enrolments, by Total Revenues Earned from ESL/FSL Training and by Type of School, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

While both public and private schools share similar proportions of the enrolments for operations in the $1 million to $2 million range (16 and 17 percent respectively), a clear distinction emerges between the proportions of enrolments for schools with the largest revenues. Public providers in the largest revenue category attract over 50 percent of all enrolments in public schools while private providers in this revenue category attract only 34 percent of all private school enrolments. These results suggest, among other things, differences in teaching methods that will be explored more in Chapter 4.

Notwithstanding the magnitude of variation in enrolments among ESL/FSL schools responding to the survey, averages have been produced as rough benchmarks for very general purposes. These figures for enrolments in Canada in 1998 are:

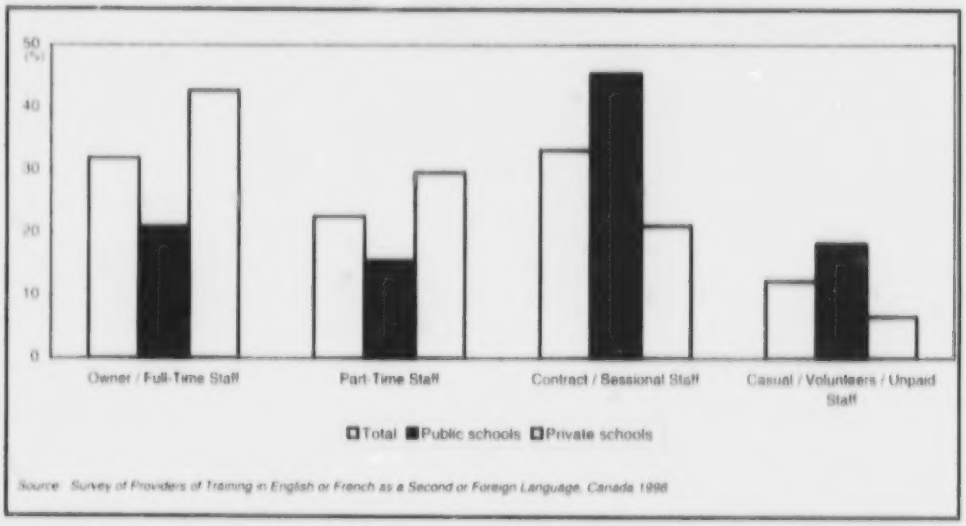
- For all providers the average enrolment is 772.
- For public providers the average enrolment is 854.
- For private providers the average enrolment is 714.

(See Table 1.1 in Appendix A for a detailed presentation of the enrolment results.)

BEST COPY AVAILABLE

STAFF

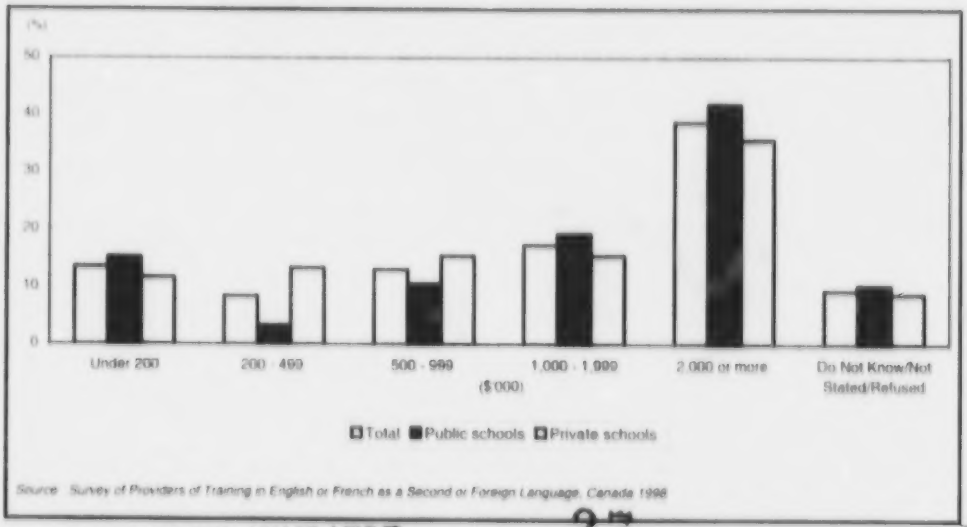
Chart 1.14 Distribution of Staff, by Category of Employee and by Type of School, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

Private schools are staffed very differently from public schools. Almost three quarters of the staff in private schools are either full-time staff members/owners (43 percent) or part-time staff (30 percent), whereas the opposite situation predominates in public schools as close to two-thirds of the staff (64 percent) are from the contract, sessional or casual categories.

Chart 1.15 Distribution of Staff, by Total Revenues from ESL/FSL Training and by Type of School, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

BEST COPY AVAILABLE

Not surprisingly, the distribution of staff by size of school shows the largest schools ($2 million and over in total revenues from ESL/FSL training) with the greatest proportion of staff; 39 percent overall, 42 percent for public schools and 36 percent for private schools. Once again, a large difference is noted among public and private schools in the $200,000 to $499,999 revenue category. Only 3 percent of all public school staff are employed by this category of public school whereas 13 percent of all private school staff are employed by the corresponding category of private school. This pattern corresponds to the distribution of the number of schools, and the number of enrolments seen in charts 1.11 and 1.13.

Rough guidelines of the measures of central tendency of the staffing data for training in Canada in 1998 were projected for responding schools. They include:

- The average staff number for all schools is 28.
- The average staff number for public schools is 34.
- The average staff number for private schools is 23.

(See Table 1.2 in Appendix A for a detailed presentation of the staff results.)

TRENDS IN INDUSTRY ENROLMENTS

The ESL/FSL industry has experienced steady growth over the last five years as measured by enrolments and revenues. Overall, the Asian financial crisis in 1997 did not have the negative effects on total enrolments in 1998 that was broadly speculated. Total enrolments for responding schools grew from approximately 86,000 in 1994 to approximately 164,000 in 1998. This represents a compound growth rate of 18 percent over the four-year period. The rate of increase was relatively steady, with the annual percentage change ranging from a low of a 14 percent increase between 1994 and 1995 to a high of a 23 percent increase between 1997 and 1998.

TRENDS IN INDUSTRY REVENUES

Trends in revenues are more difficult to ascertain. Respondents are more reluctant to provide revenue information than enrolment information. Hence, the response rate on the revenue question is lower than that for the enrolment question. In addition, a fair number of schools were unable to provide revenue figures for the entire four-year period. As a consequence, the growth rates calculated using these results are somewhat volatile. For these reasons, the revenue trend is based on the 1996 to 1998 period only. The annual average growth rate in revenues from ESL/FSL training reported by schools responding to the survey is 20 percent.

ADJUSTED AGGREGATE INDUSTRY DATA

One of the goals of this survey was to obtain a measure of the size of the Canadian second language training industry. The size of an industry can be measured by its total revenues, the number of employees, or the importance of its production. In the education sector, the number of enrolments or graduates can be used as a proxy for the volume production.

The survey was designed to be a census but due to the relatively low response rate to the survey, simply summing reported information underestimates the size of the industry. In order to get a better measure of the size of the second language industry, information reported by the survey respondents was weighted to take into account the activity of non-respondents.

This was done in three steps. First, it was assumed that the structure of the private sector of the second language training industry (as measured by the distribution of schools by total revenue size) was similar to the structure of the entire private school language training industry. This structure was measured by the distribution of the gross business income obtained from schools listed in the Business Register of Statistics Canada. Second, the reported structure of the public sector was assumed to be representative of the entire public sector of the ESL/FSL industry. Third, total revenues by revenue category for public and private ESL/FSL schools were estimated by multiplying the

number of schools per category from the industry inventory by the reported average revenues for each category.

The measures resulting from these weighting schemes constitute a rough approximation of the real size of the industry. The results might have been different if all second language schools had responded to the survey.

Total number of enrolments and total number of employees were also estimated using the same approach, under the assumption that there is a correlation between school revenues and the number of enrolments and a correlation between school revenues and the number of employees.

The following table presents estimates of the size of the industry in terms of revenues, enrolments and employees resulting from the provision of training in ESL/FSL in Canada in 1998. Unlike the raw survey results presented elsewhere in this report, Table 1.A below consists of weighted data. Operations conducted abroad are not included in these estimates.

Table 1.A Estimated Revenues, Enrolments and Employees, Canada, 1998

	Public schools	Private schools	Total
Total Revenues (millions of $)	135	165	300
Total number of Enrolments	125,000	165,000	290,000
Total number of Employees	5,000	6,000	11,000

2. SERVICES OFFERED BY ESL/FSL INDUSTRY AND MARKETING PRACTICES USED

SECOND LANGUAGE TRAINING IS A SERVICES INDUSTRY

Service industries dominate the industrial economies and their importance is growing as a result of globalization and economic restructuring. Service industries are not all the same and not all have the same dynamic impact on the economy, but taken together they account for a significant proportion of the Gross Domestic Product, and as such they are playing a pivotal role in shaping the future of the Canadian economy.[11]

INSTRUCTIONAL SERVICES[12]

The survey did not collect specific information on the type, duration or content of programs or courses offered by the industry. Rather, the survey looked at the importance of the services provided in terms of hours of instruction given, incidence of services supplemental to language training and accommodation services offered by schools.

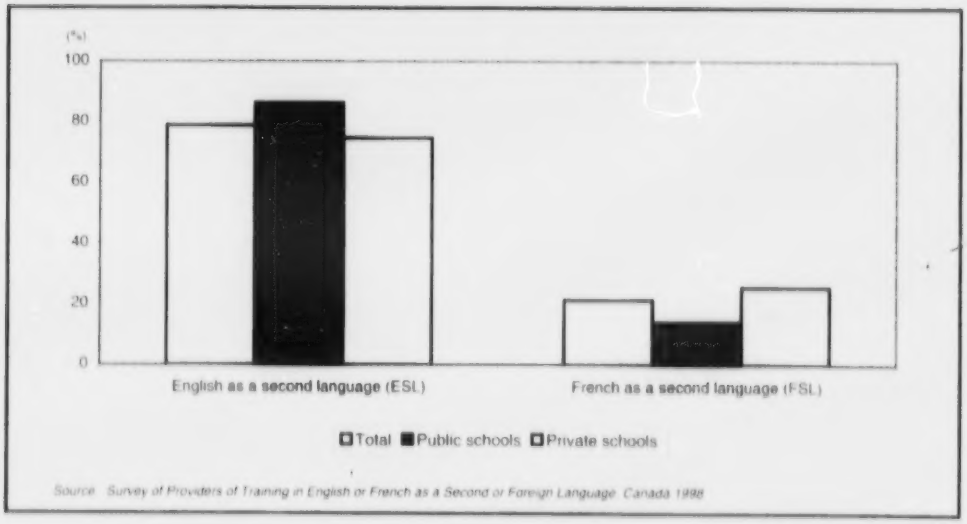
11. Statistics Canada. *Services Indicators*. 1st Quarter, 1997. Preface page 3. Statistics Canada Catalogue number 63-106-XPB.

12. The survey collected information on the number of instructional hours offered as the best common measure of teaching output. The number of programs/classes delivered was not used as a measure of output because of the wide range of duration of the programs.

BEST COPY AVAILABLE

In 1998, two thirds of the ESL/FSL providers did not undertake any activity other than second language training. Just as the number of schools providing ESL form the largest group of training providers, ESL training dominates the industry in terms of the total number of instruction hours reported. ESL instructional hours make up 79 percent of reported total teaching hours in 1998. Instruction in French as a second language makes up 21 percent of the total instructional hours reported.

Chart 2.1 Proportion of Hours of Instruction in ESL/FSL Training, by Type of School, Canada, 1998



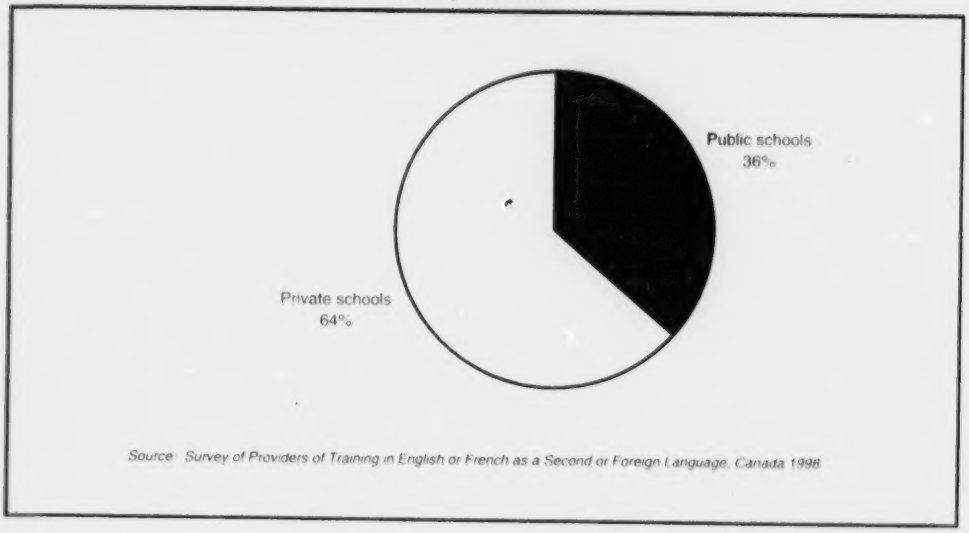
Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

The proportions of ESL and FSL services are in the same order of magnitude among private and public schools that responded to the survey. The public institutions provide 86 percent of total instructional hours in English language instruction, and private operations provide 75 percent of all second language instruction in English.

Private schools dominate the industry in terms of teaching hours, providing close to two thirds of the reported instructional hours (64 percent). In comparison, the public schools provide just over one third (36 percent) of reported instructional hours in ESL/FSL training.

THIS PAGE INTENTIONALLY LEFT BLANK

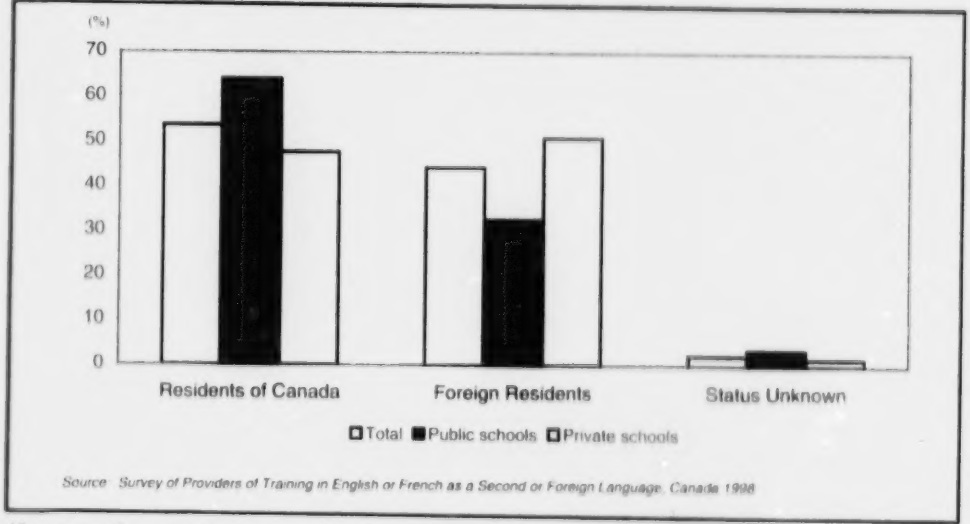
Chart 2.2 Distribution of Hours of Instruction, by Type of School, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

The residency status of the students enrolled in the different institutions may explain the difference in hours of instruction. While in public institutions 64 percent of instructional hours are given to Canadian residents, in private schools Canadian and foreign residents receive roughly equivalent proportions of hours of instruction (foreign residents receive 51 percent of total reported instructional hours and Canadian residents 48 percent).[13]

Chart 2.3 Distribution of Hours of Instruction, by Type of School and by Residency Status of Students, Canada, 1998



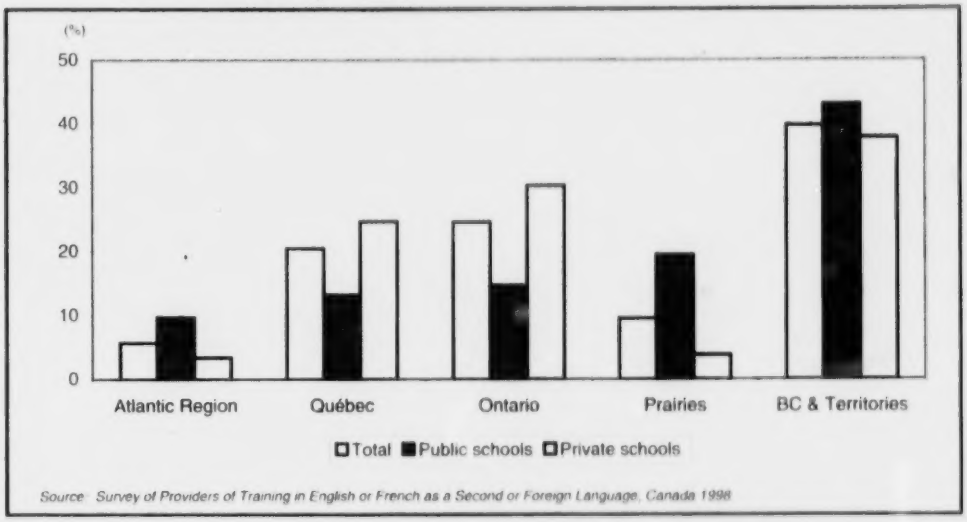
Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

13. See Chapter 3 for an examination of enrolments by place of origin on ESL/FSL training.

BEST COPY AVAILABLE

As with the number of responding schools operating in the ESL/FSL industry, the total hours of instruction are greatest in Ontario, Quebec and British Columbia. While it is still relevant to examine the hours of instruction by region, the following proportions should be used with caution considering the wide range of response rates among the different regions.

Chart 2.4 Distribution of Total Hours of Instruction, by Type of School and by Geographic Region, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

Forty percent of reported ESL/FSL instructional hours are provided by schools operating in British Columbia, which make up only 24 percent of all respondents to the survey. Ontario, with 30 percent of ESL/FSL responding providers accounts for 25 percent of the total reported hours of instruction. Quebec with 25 percent of the Canadian providers, supplies 20 percent of the total reported hours of instruction in 1998.

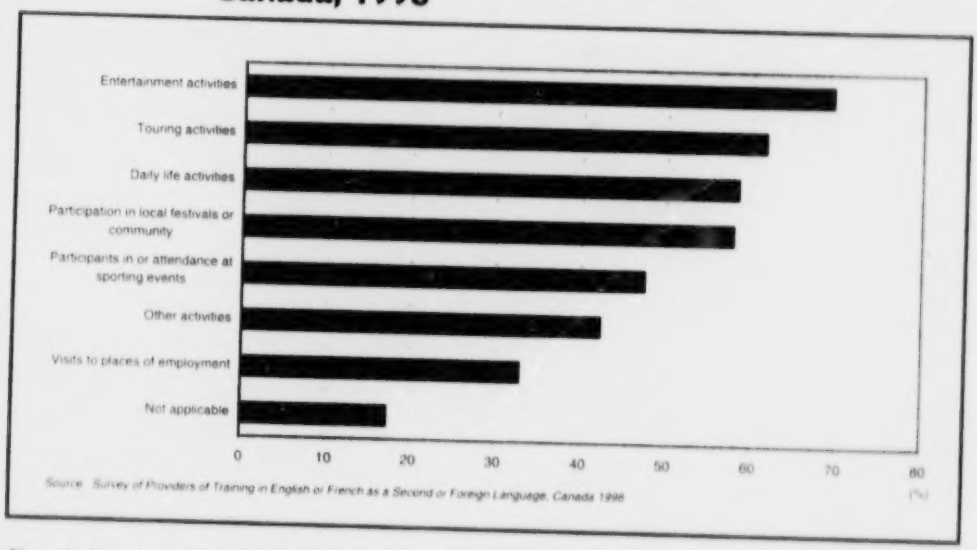
Survey results also show that private schools responding to the survey give more hours of instruction than public schools in all regions of the country except the Atlantic and the Prairie Regions, and to a lesser extent British Columbia.

BEST COPY AVAILABLE

SUPPLEMENTAL SERVICES

In recognition of the variety of settings in which learning takes place, the second language industry offers a variety of activities that supplement instructional hours. In fact 83 percent of the schools offer at least one supplemental activity. Most common are activities with an entertainment focus. Close to 70 percent of schools organize visits to museums, concerts, theatres and other attractions. Touring activities such as visiting parks and historical sights are the second most common language training related activities as they are offered by over 60 percent of the schools.

Chart 2.5 Percentage of Schools Arranging Activities as Part of ESL/FSL Training, by Type of Activity, Canada, 1998



Participation in daily life activities like trips to the grocery store or bank and in cultural activities such as local festivals and community events rank third with 58 percent of the schools offering them. Participation in or attendance at sporting events, visits to places of employment and other activities are somewhat less popular. Less than 50 percent of the second language schools offer them.

REGIONAL VARIATIONS IN SUPPLEMENTAL SERVICES

There are regional variations to the incidence of supplemental services reported in the survey. In general, schools in British Columbia tend

BEST COPY AVAILABLE

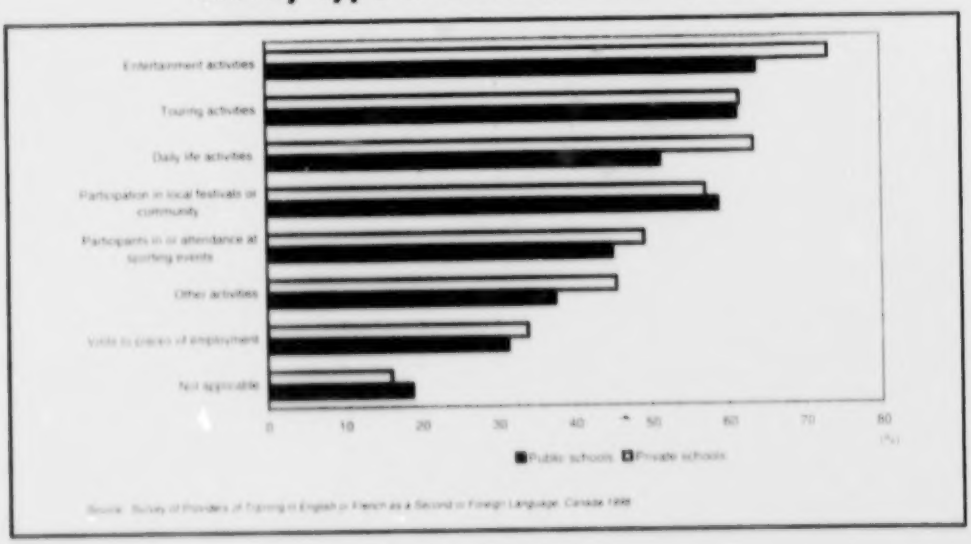
to organize more supplemental activities than schools in other regions of the country while those in Quebec organize less than other schools.

In all the regions but to varying degrees, the most popular activities are daily life activities, entertainment-related training opportunities and touring. (See Table 2.1 in Appendix A for tabular presentation of these results.)

INSTITUTIONAL VARIATIONS IN SUPPLEMENTAL SERVICES

The provision of supplemental activities is remarkably similar for both public and private providers that responded to the survey. The main differences noted are in the proportion of activities allocated to daily life activities such as trips to the grocery store and bank, and in the proportion of entertainment type activities. Daily life activities are less popular among public schools (51 percent of the schools arrange these services) than the private schools (63 percent). Entertainment activities including visits to museums, concerts and other attractions are also less popular among public schools (64 percent of the schools report providing this service) than private schools (73 percent).

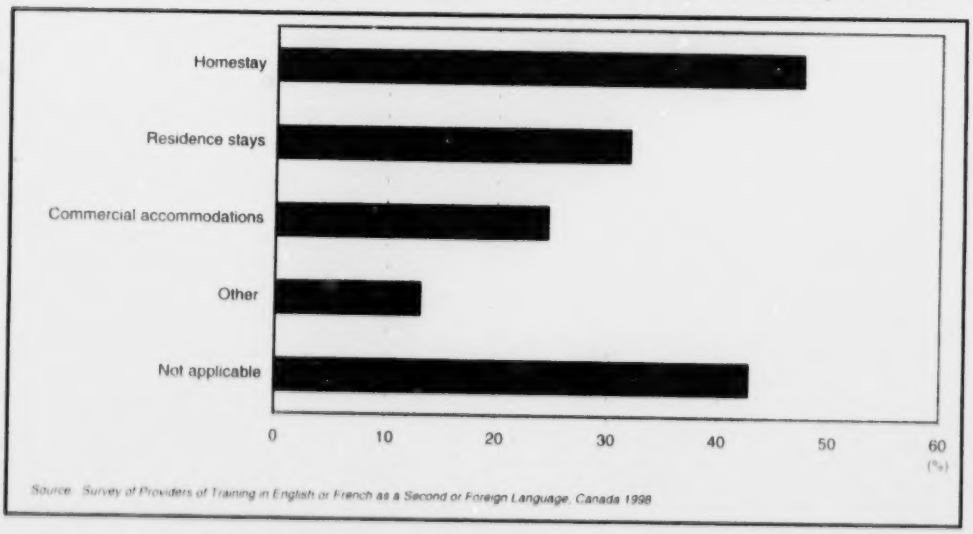
Chart 2.6 Percentage of Schools Arranging Activities as Part of ESL/FSL Training, by Type of Activity and by Type of School, Canada, 1998



ACCOMMODATION SERVICES

Looking for a place to stay while you study can be a daunting task when you are an out-of-towner or foreigner. To assist their students, a fair number of schools (57 percent) provide accommodation services. Homestay arrangements are clearly the most popular type of accommodation. It is offered by close to 50 percent of the schools. The second most popular type is residence stay that is organized by close to a third of the schools. Commercial accommodation which includes hotels and motels and other similar accommodations are offered by 25 percent of schools. Finally, 13 percent reported offering other forms of accommodation but without specifying them.

Chart 2.7 Percentage of Schools Providing Accommodation For Students Who Required it, by Type of Accommodation, Canada, 1998

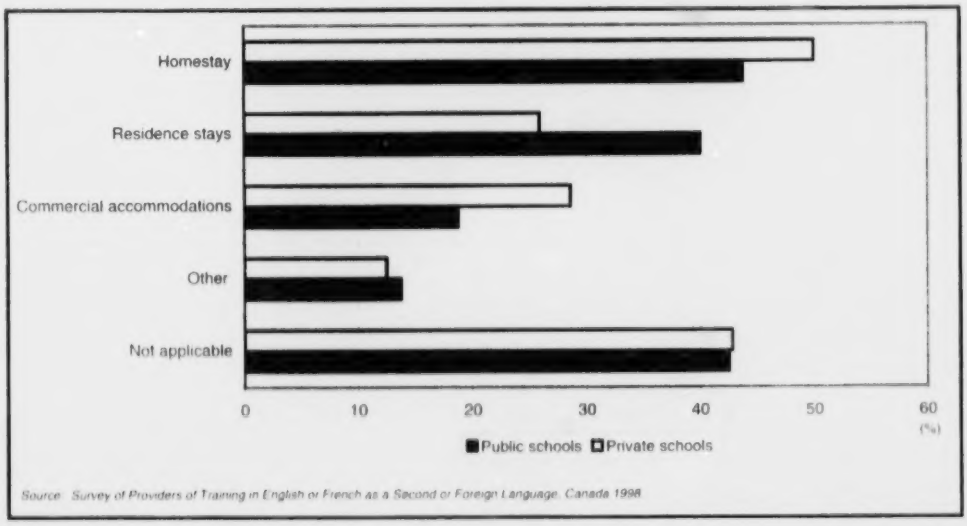


Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

Relatively more private schools offer homestay arrangements and commercial accommodations than public schools. However, given their available infrastructure, residence stays are a much more popular service among public schools.

BEST COPY AVAILABLE

Chart 2.8 Percentage of Schools Providing Accommodation, by Type of School and by Type of Accommodation, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

MARKETING METHODS

The personal, customized element that characterizes many service industries is evident in the manner in which ESL/FSL providers market their services. With the competition in this industry being fierce and product differentiation not always easy, schools have to devise promotional activities to attract potential clients.

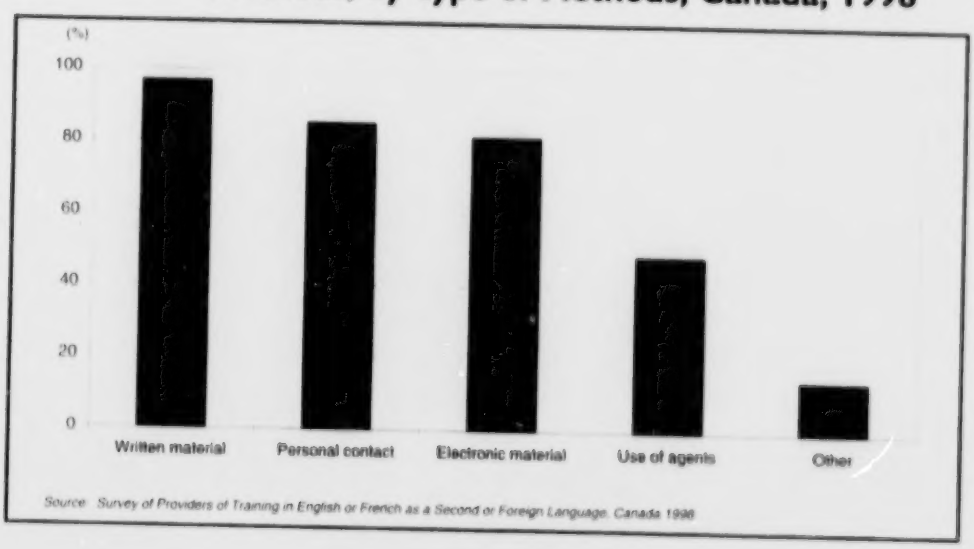
Written material is the most common method of marketing. It is used by 94 percent of all schools responding to the survey. Advertisements in print media and magazines and flyers or brochures are the most popular of these methods. Methods that involved personal contacts come in second place, with 85 percent of schools using them. Face to face meetings with both current and potential Canadian clients are used by two thirds of the respondents. All other methods of this group are almost equally used by the second language schools (attending fairs in Canada: 36 percent; attending conferences: 44 percent, etc.). In pursuit of foreign resident enrolments, providers of training in ESL/FSL also have personal contact with foreign representatives in Canada (42 percent), and attend fairs abroad (39 percent).

BEST COPY AVAILABLE

While the printed word still dominates the marketing approaches of providers of training in ESL/FSL, they are also utilizing the electronic media in significant numbers. Fully, 81 percent of the responding schools indicate using electronic material such as web pages, Internet mailings, fax mailings, CD-ROM's, other Internet activities and radio/television broadcasting. Of these, the web pages are far and away the most popular, being used by 68 percent of the respondents.

The least common marketing method reported but still fairly in demand is the use of agents. Indeed, almost one in every two schools (48 percent) include education and travel agents or tour operators in their marketing strategy.

Chart 2.9 Percentage of Schools Using Marketing Methods, by Type of Methods, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

The marketing techniques employed by private and public training providers are remarkably similar. There are only variations of one or two percentage points in the distribution of each of the main marketing techniques. The only major difference is in the use of electronic material where public schools have an edge over private schools. Some 90 percent of the public schools are using this technique compared to 75 percent of private schools. (See Table 2.2 in Appendix A for a detailed presentation of these results.)

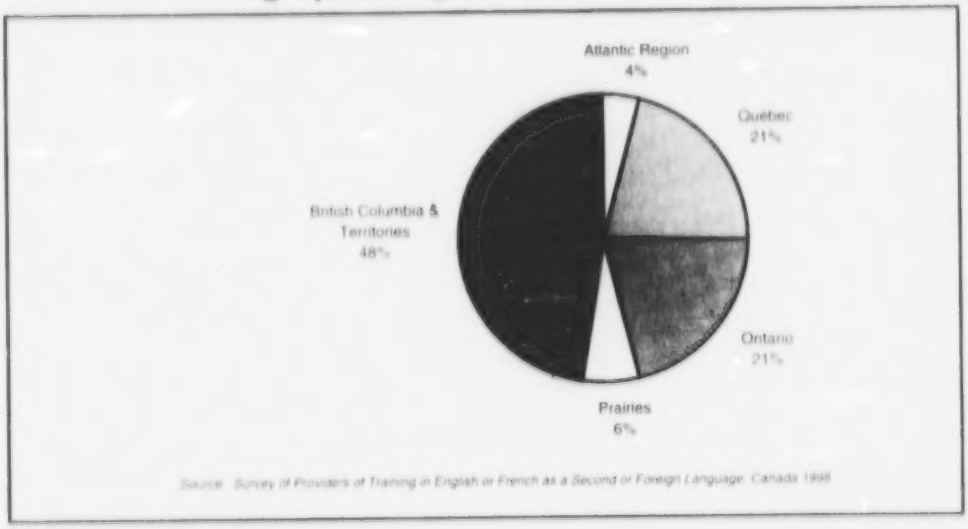
BEST COPY AVAILABLE

MARKETING EXPENDITURES

An emphasis on marketing is widely recognized as a strategic initiative for growing service enterprises, just as research and development is for manufacturers. The marketing expenditures to the total expenditures ratio for ESL/FSL providers can be seen as a measure of industry effort to expand its client-base in the emerging global market place. In 1998 marketing expenditures reported by the 227 schools who participated in the survey total approximately 9 million dollars, or 6 percent of the total reported expenditures.

British Columbia language trainers lead in marketing expenditures contributing close to half of the industry total marketing expenditures. Quebec and Ontario ESL/FSL providers are responsible for 21 percent respectively, of the reported industry total.

Chart 2.10 Distribution of Marketing Expenditures, by Geographic Region, Canada, 1998

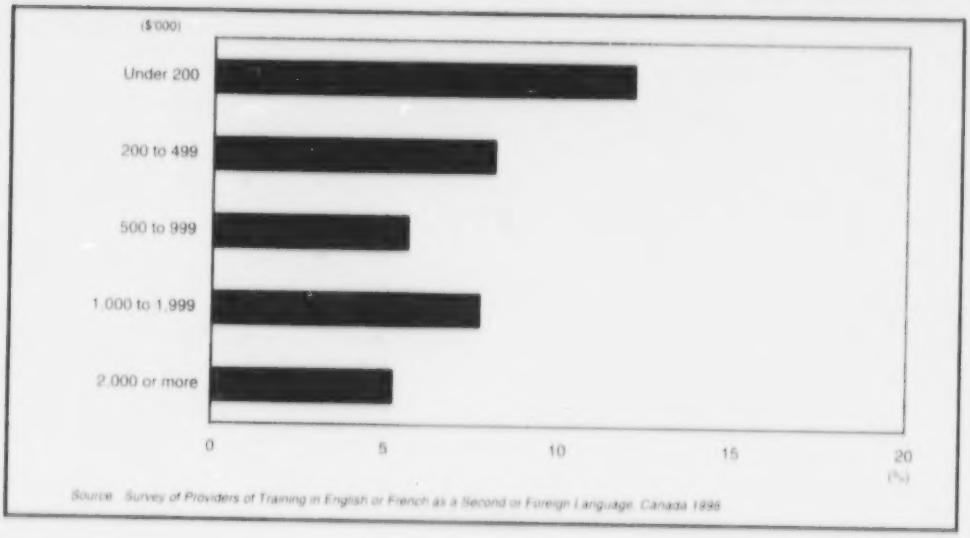


Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

The proportion of total expenditures allocated to marketing is much higher for smaller ESL/FSL operators than it is for larger ones. While it represents only 6 percent of expenditures of schools with revenues over $200,000, it reaches 12 percent for those with revenues under $200,000.

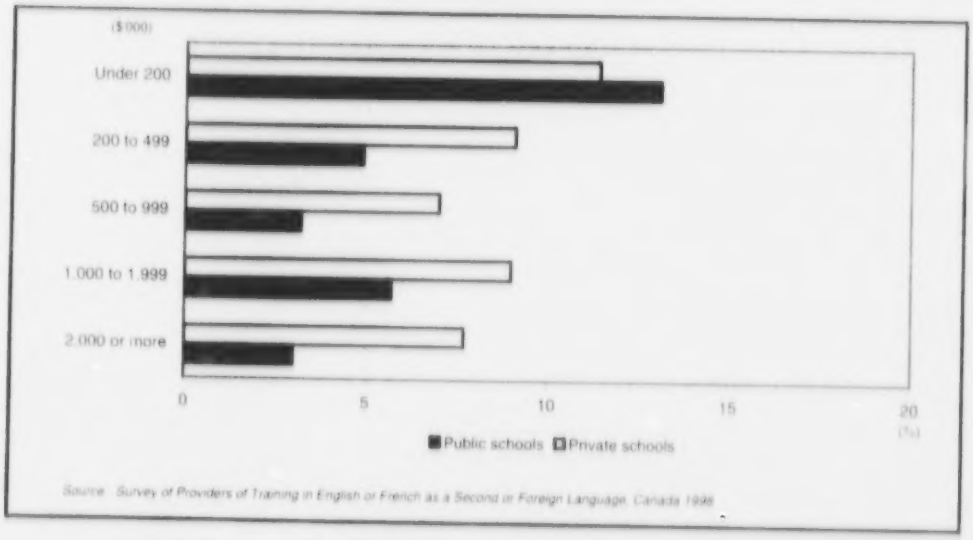
BEST COPY AVAILABLE

Chart 2.11 Ratio of Marketing Expenditures to Total Expenditures, by Size of School, Canada, 1998



This relationship between marketing expenditures and size of the schools also exists in both the private and public sectors of the industry. However, private schools show an overall Marketing Expenditures: Total Expenditures ratio twice as large as the one observed in the public sector (8 percent vs. 4 percent).

Chart 2.12 Ratio of Marketing Expenditures to Total Expenditures, by Type of School and by Size of School, Canada, 1998



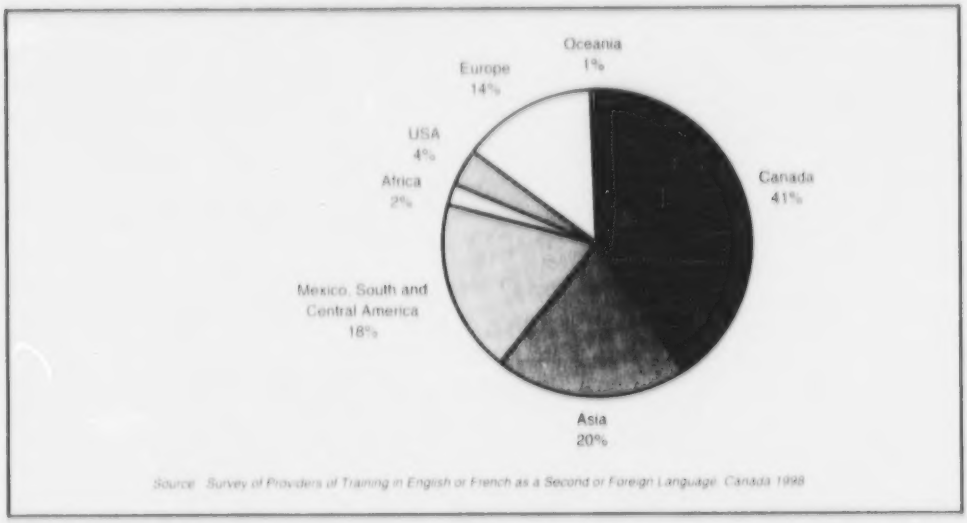
BEST COPY AVAILABLE

TARGET LOCATIONS OF MARKETING EFFORTS

The survey did not collect marketing expenditures by targeted geographic region. However, the principal targets of marketing efforts provide a rough indication of where Canadian ESL/FSL providers are spending their marketing dollars.

Domestic markets are the principal targets of marketing efforts, accounting for 41 percent of the identified marketing locations. Asia is the top foreign target, identified 20 percent of the time, followed closely by Mexico, South and Central America (18 percent of the targeted locations) then Europe with 14 percent. There is very little reported interest in the U.S.A., Africa or Oceania as potential ESL/FSL markets.

Chart 2.13 Distribution of Marketing Locations for Canada and the World, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

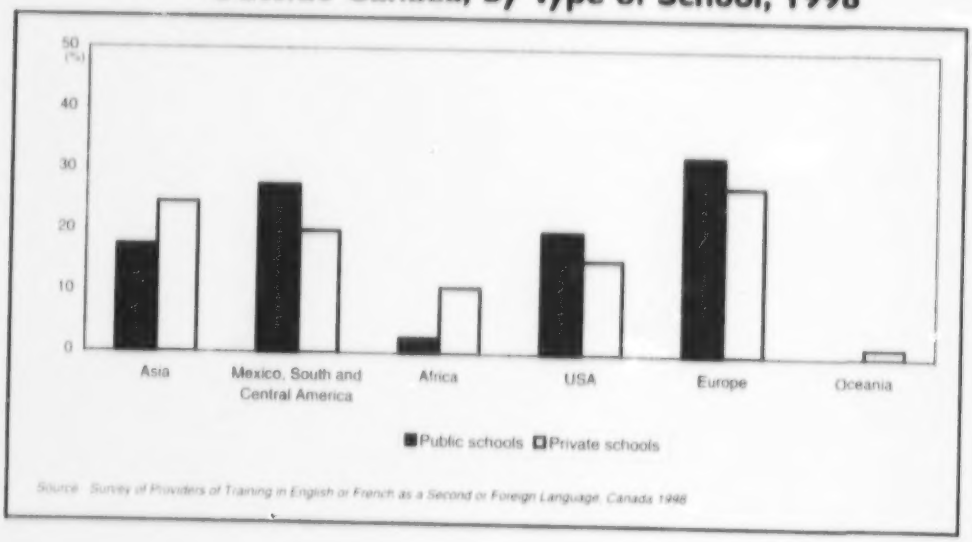
Just as marketing techniques are similar between private and public schools, so are the target locations for those marketing efforts. The differences in the distribution of target locations are slightly larger (three and four percentage points), with the greatest difference occurring in the degree of concentration on the U.S. Market. Public institutions in Canada identify the United States market 7 percent of the time, whereas the private operations indicate the United States as a target 2 percent of the time. (See Table 2.3 in Appendix A for detailed tabular presentation of this data.)

BEST COPY AVAILABLE

EMERGING MARKETS

With an eye on the future, 32 percent of the respondents to the ESL/FSL survey report that they intend to add new markets to their current targets. Europe is the most frequently cited market accounting for 30 percent of the expansion intentions. Twenty-three percent identify Mexico, and South and Central America in their expansion plans. Asia is the next most frequently cited area (22 percent) for expansion plans, with the U.S.A. ranking fourth at 17 percent. Africa is not seen as a popular target (mentioned only 8 percent of the time), and Oceania is deemed the least lucrative potential market, receiving only one percent of the recognized expansion plans.

Chart 2.14 Distribution of Marketing Expansion Locations Outside Canada, by Type of School, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

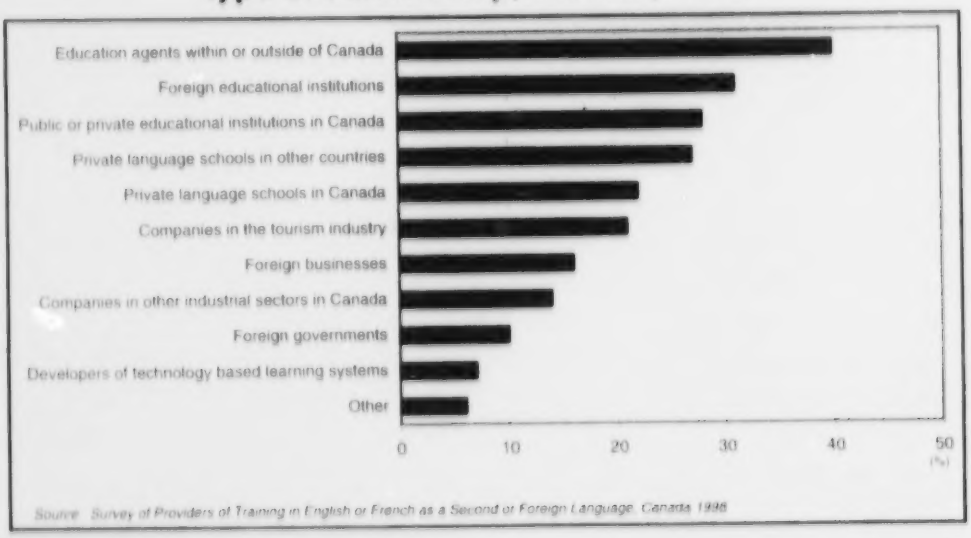
Europe, Asia and Central and South America are markets where both public and private operations report that they want to expand the most. However, there are distinctions in the marketing plans of public and private providers of ESL/FSL training. Public institutions target Europe, Central and South America and the United States of America more than the private schools which prefer Asian and African markets.

BEST COPY AVAILABLE

PARTNERSHIPS IN MARKETING

In the increasingly competitive global market, Canada's businesses need to foster better trade-related networks and strategic alliances.[14] This can be achieved through partnerships with other stakeholders and by joining professional associations. There is some indication that ESL/FSL providers are embracing these strategies. Forty percent of Canadian providers of ESL/FSL have signed contracts with education agents in Canada or outside Canada. Thirty-one percent have signed contracts with foreign educational institutions, 28 percent with other public or private educational institutions in Canada and 22 percent also have signed contracts with private language schools. It seems that contrary to popular belief, a certain number of suppliers, rather than competing against one another, are combining their efforts to better position themselves. Future surveys will show if a trend is actually developing in this area. Also encouraging is the proportion of schools that have signed contracts with companies in the tourism industry (21 percent). The sector is less prone to form partnerships with foreign businesses, companies in other industrial sectors in Canada, foreign governments and developers of technology-based learning systems as less than 20 percent of Canadian ESL/FSL providers have formed these types of business partnerships.

Chart 2.15 Distribution of Schools with Partnerships, by Type of Partnership, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada, 1998

14 Manley, John and Martin, Paul. *Growing Small Businesses*. Industry Canada, Ottawa 1994. p. 38.

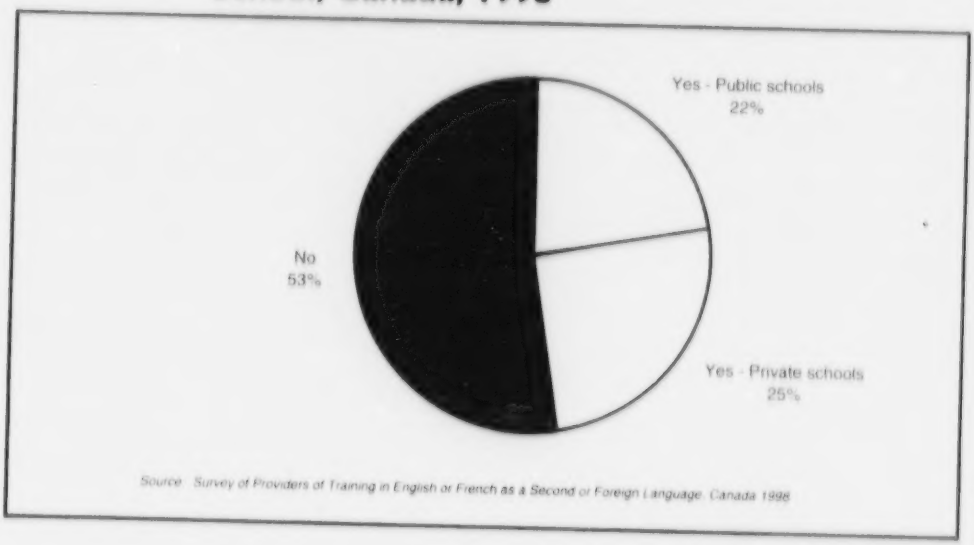
BEST COPY AVAILABLE

ASSOCIATION MEMBERSHIPS

A number of professional, marketing, and lobbying associations and organizations exist which focus on training in English or French as a second or foreign language. Their role is mainly to promote ESL/FSL services and to exchange information. Some 47 percent of the schools responding to the survey reported that they had joined one or more of these organizations.

There may be a slightly greater tendency among private providers of ESL/FSL training to join associations and organizations. Indeed, 25 percent of private schools report being a member and 22 percent of public schools reported memberships.

Chart 2.16 Distribution of Schools, by Membership in Association or Organization and by Type of School, Canada, 1998

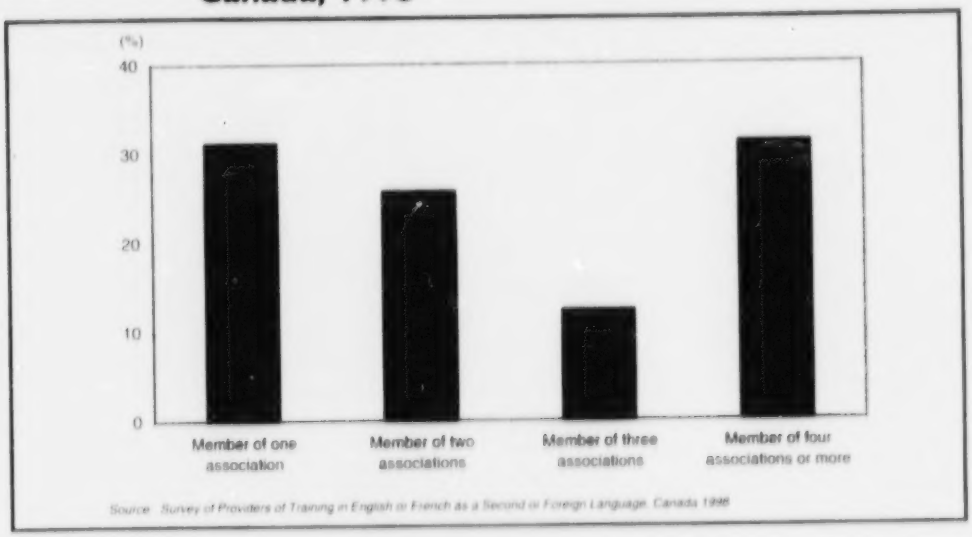


Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

Overall, 31 percent of the responding schools are members of one association only. This is probably because each association has a different mandate, and not all associations are active in all Canadian regions. Nevertheless, 26 percent of the schools are members of two associations, 12 percent are members of three associations and another 31 percent are members of four associations or more.

BEST COPY AVAILABLE

Chart 2.17 Distribution of Schools, by Number of Memberships in Associations or Organizations, Canada, 1998



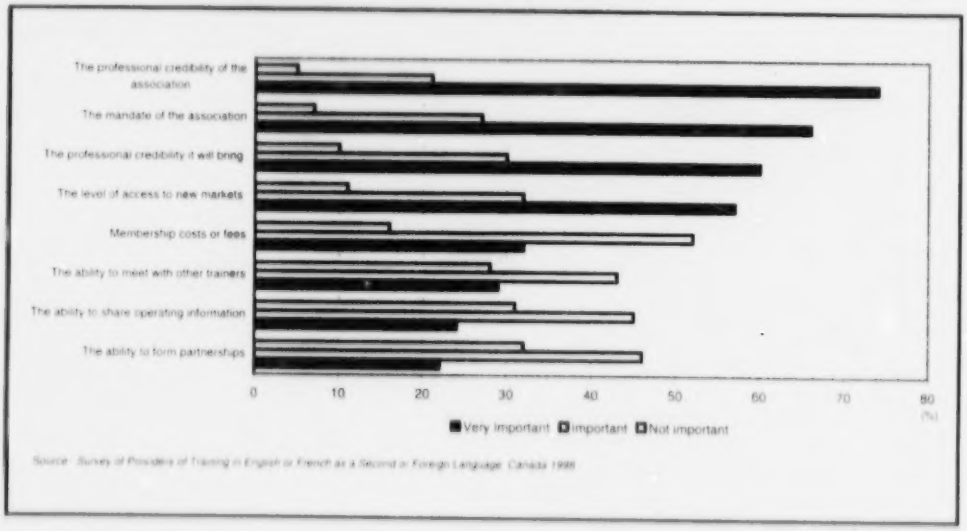
Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada, 1998

The ESL/FSL providers were also asked to identify whether or not a list of reasons for joining the associations was very important, important, or not important. The percentage of schools reporting a factor as very important was examined to rank order the importance of each of the factors. The results indicate the most important factor in deciding to join an organization (identified by 74 percent of the schools as very important) is the professional credibility of the organization. The mandate or goals of the association is the next most frequently identified very important factor (66 percent) in joining associations. The professional credibility an association brings to the providers is the third ranked reason for joining an association (60 percent identified this reason), and the level of access to client markets the membership will provide is ranked fourth (with 57 percent of the schools listing this reason).

Reasons or factors that are still very important in making a decision to join an association, although they are reported in lower magnitudes are: membership costs or fees (32 percent), the ability to meet with other language trainers (29 percent), the ability to share information with other providers (24 percent), and the ability to form training or marketing partnerships with other providers (22 percent).

BEST COPY AVAILABLE

Chart 2.18 Distribution of Schools, by Reasons for Belonging to an Association and by Level of Importance, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998.

BEST COPY AVAILABLE

3. FOREIGN ELEMENTS OF CANADIAN ESL/FSL INDUSTRY

GLOBAL COMPETITION

The globalization of trade and investment and the entry of new competitors into the global markets are exposing a broader range of industrial sectors and enterprises to intense international competition[15], and the Canadian ESL/FSL industry is not exempt from these global influences. Currently, there are two basic international elements of the Canadian ESL/FSL industry. The first involves Canadian providers teaching abroad and the second involves foreign residents studying in Canada.

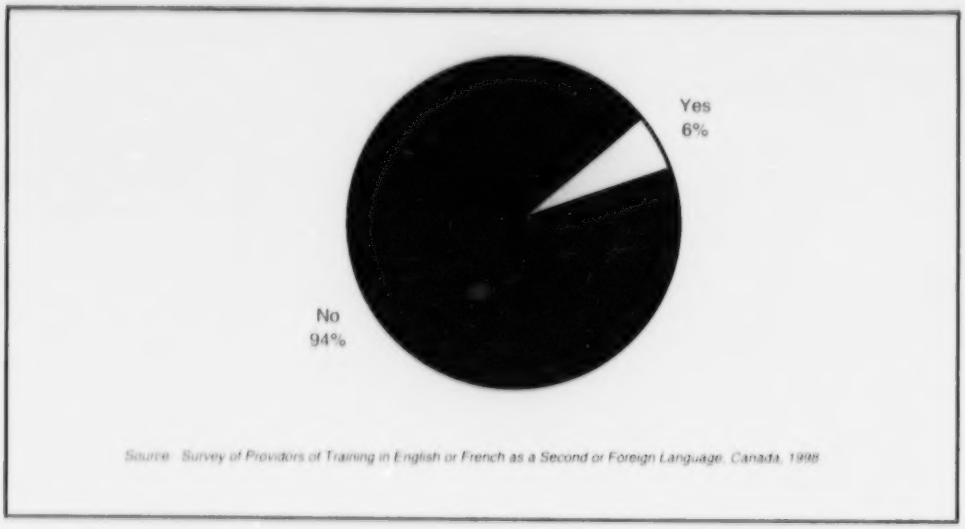
SECTION A: CANADIAN SCHOOLS OPERATING ABROAD[16]

In 1998, the vast majority of ESL/FSL training services are provided on Canadian soil. Only 6 percent of the responding schools report offering ESL/FSL training outside of Canada, however, since a very limited number of schools reported activity abroad these data should be used with caution.

15. Manley, John and Martin, Paul. *Growing Small Businesses*. Industry Canada, Ottawa, 1994. p 38.

16. Given the relatively small number of schools that have indicated providing training in ESL/FSL abroad, caution should be used when interpreting these results.

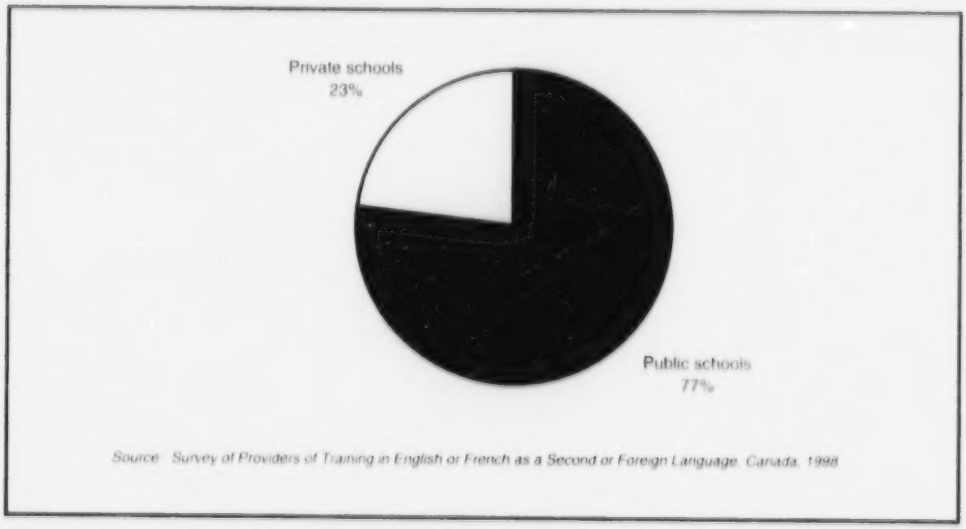
Chart 3.1 Proportion of Schools Providing ESL/FSL Training Outside Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada, 1998

Of these few providers operating in foreign markets, most (77 percent) are public sector institutions.

Chart 3.2 Distribution of Schools Providing ESL/FSL Training Outside Canada, by Type of School, 1998



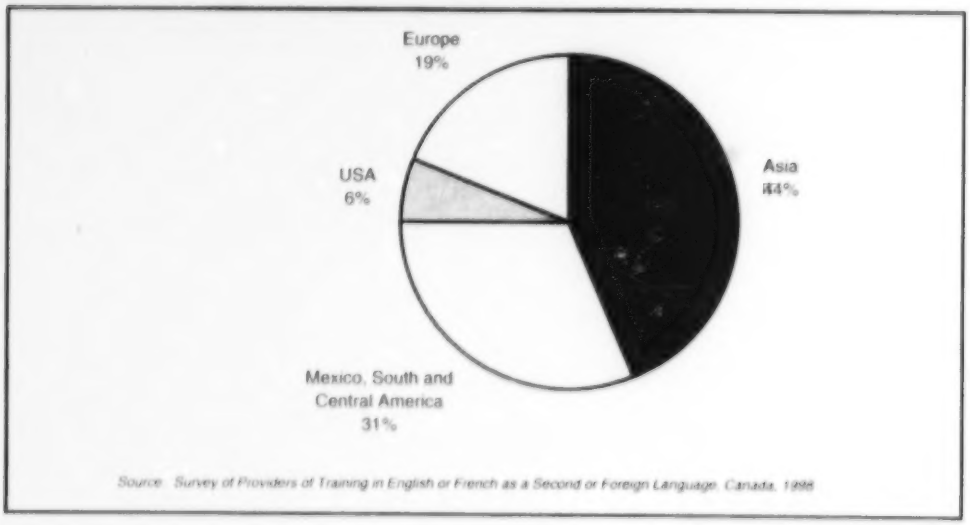
Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada, 1998

The most frequently reported foreign market is Asia (44 percent), followed by Mexico, South and Central America (31 percent), and Europe making up 19 percent of the identified foreign market

BEST COPY AVAILABLE

locations. Canadian ESL/FSL providers are barely willing or able to crack the foreign market of greatest proximity (the U.S.A.). The United States represents only 6 percent of all the foreign market locations that were identified by ESL/FSL respondents.

Chart 3.3 Regions of the World Where Canadian Schools Offer ESL/FSL Training, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada, 1998

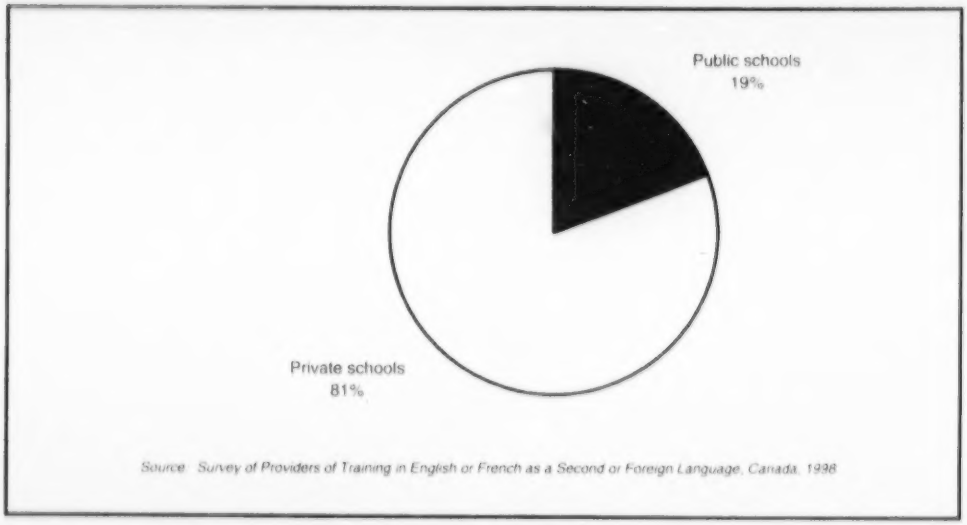
VOLUME OF OUTPUT OUTSIDE OF CANADA

While the public ESL/FSL providers make up the majority of schools operating in foreign markets, they are not the most active, as measured by the number of instructional hours[17] delivered. Based on partial information, it is the private sector that provides most of the instructional hours on foreign soil. Eighty-one percent of the total hours of instruction in foreign markets are provided by private schools, even though they represent only 23 percent of the Canadian schools operating abroad. This may be explained by differences in the level of enrolments and teacher : student ratios. Private providers tend to concentrate more on private tutoring while public institutions make greater use of classroom instruction methods.

17. The survey collected information on the number of instructional hours offered as the best common measure of teaching output. The number of programs/classes delivered was not used as a measure of output because of the wide range of duration of the programs.

BEST COPY AVAILABLE

Chart 3.4 Distribution of Instructional Hours Provided Outside Canada, by Type of School, 1998

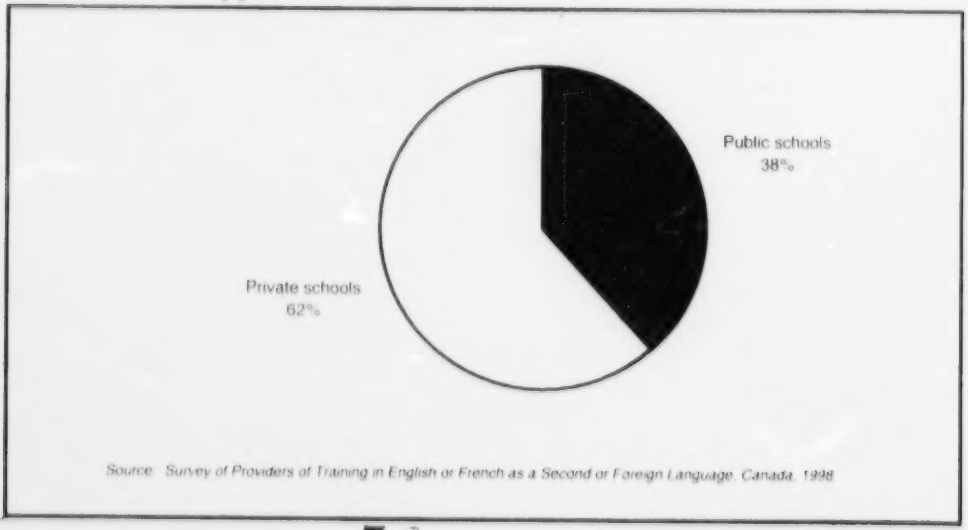


Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada, 1998

ENROLMENTS IN FOREIGN MARKETS

As was the case with the total hours of instruction in foreign markets, private operations appear to dominate in terms of the number of enrolments in foreign ESL/FSL markets. In 1998 private ESL/FSL providers account for 62 percent of all reported foreign enrolments, leaving public institutions with the remaining 38 percent of foreign enrolments.

Chart 3.5 Distribution of Enrolments Outside Canada, by Type of School, 1998



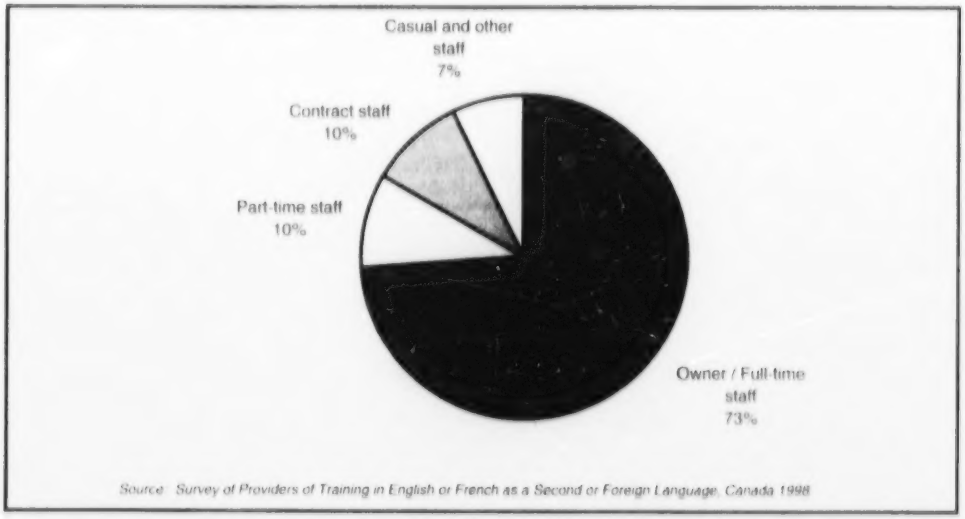
Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada, 1998

BEST COPY AVAILABLE

STAFFING IN FOREIGN MARKETS

Owners or full-time staff members appear to provide the bulk (74 percent) of foreign market staffing resources. The remainder is made up of roughly similar proportions of part-time staff (10 percent), contract staff (10 percent) or casual and other staff (7 percent). By comparison, owner and full-time staff involved in second language training in Canada, represent 32 percent of total staff.

Chart 3.6 Distribution of Staff Working Outside Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

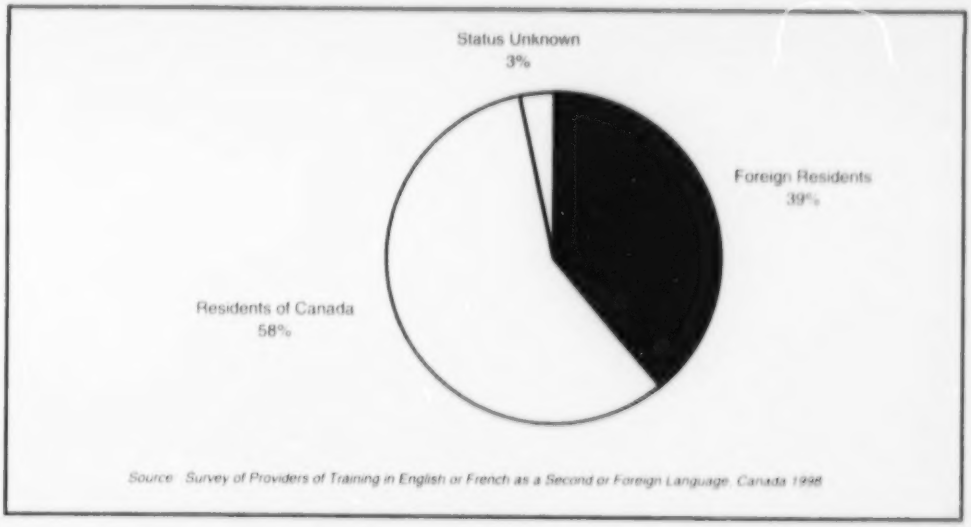
SECTION B: FOREIGN STUDENT ENROLMENTS IN CANADA

Foreign residents play a large role in the volume of ESL/FSL training provided in 1998. Results from the survey indicate that 39 percent of all enrolments in 1998 are accounted for by foreign residents[18] studying in Canada. The enrolment figure reported for foreign students is close to 64,000 according to schools participating in the survey.

18. No student or person level information is available (such as number of students or breakdowns by age and sex). Most schools do not retain records of this information. The best information on ESL/FSL clients is data on enrolments that are definitely collected. However, because one student can enroll in one or more ESL/FSL courses or programs in the course of a year, the number of enrolments should not be used as an indicator of the actual number of students.

BEST COPY AVAILABLE

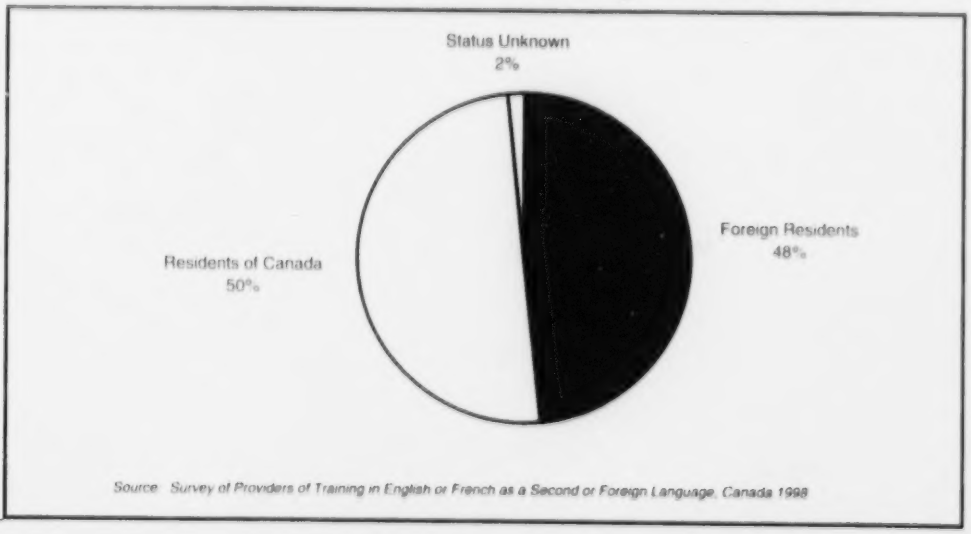
Chart 3.7 Proportion of Canadian and Foreign Student Enrolments in ESL or FSL Training, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

However, the story is dramatically different when ESL programs and FSL programs are looked at separately. The proportion of enrolments made up by foreign residents reaches 48 percent among ESL programs and is only 5 percent for FSL programs. In other words, the ESL training market largely depends on foreign students whereas the FSL market mainly relies on the Canadian residents.

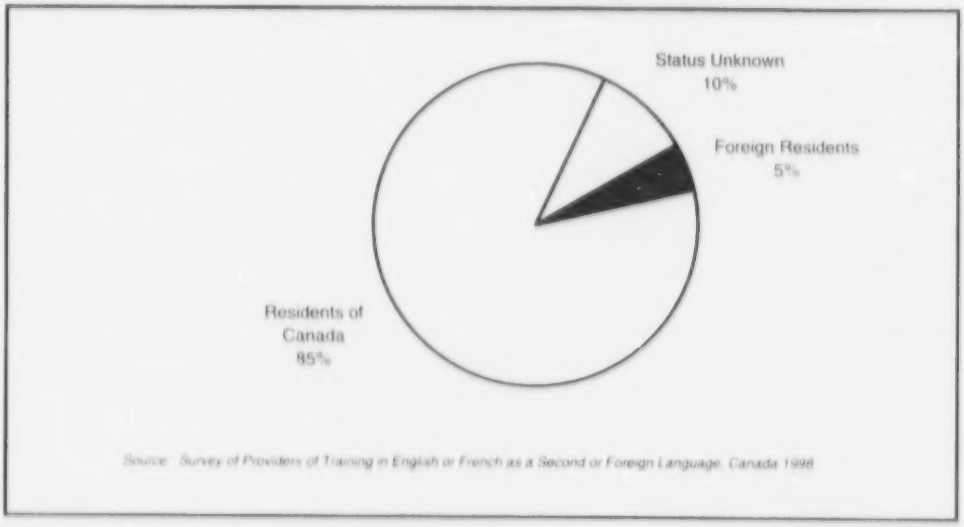
Chart 3.8 Proportion of Canadian and Foreign Student Enrolments in ESL Training, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

BEST COPY AVAILABLE

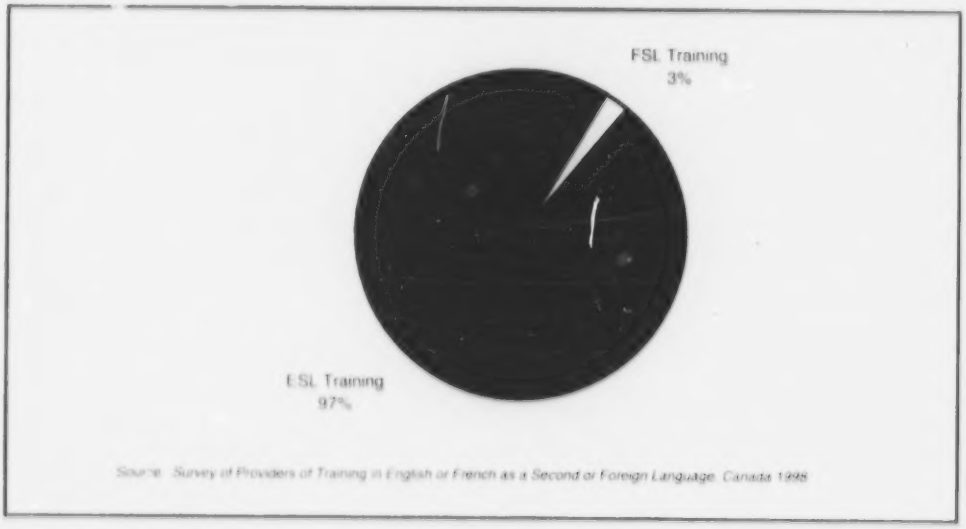
Chart 3.9 Proportion of Canadian and Foreign Student Enrolments in FSL Training, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

Overall, foreign student enrolments are concentrated almost exclusively (97 percent) in ESL programs. In 1998, 62,000 of the 64,000 foreign student enrolments reported by schools responding to the survey are in ESL programs.

Chart 3.10 Proportion of Foreign Student Enrolments in ESL/FSL Training, Canada, 1998

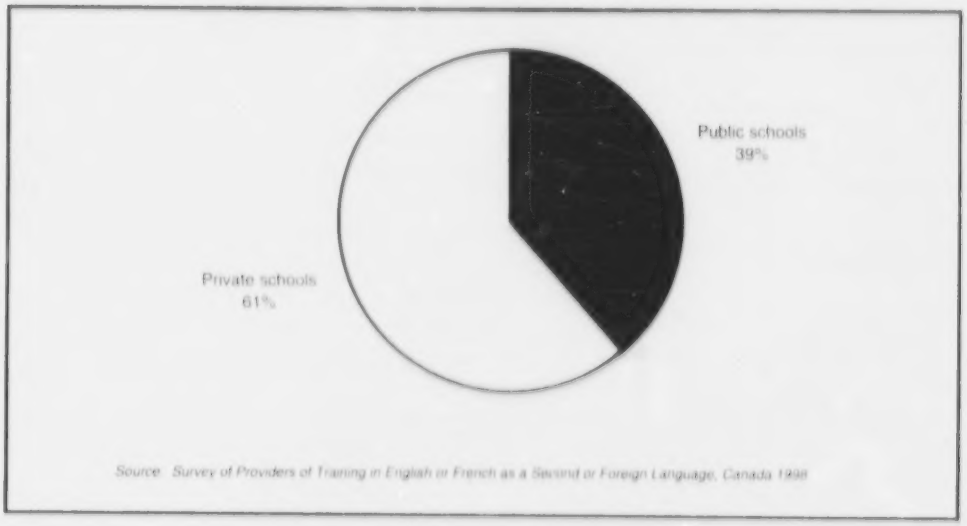


Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

BEST COPY AVAILABLE

When looking exclusively at the reported total of 64,000 enrolments by foreign students, public schools have attracted 39 percent of all foreign enrolments and private schools, 61 percent. When foreign student enrolments are examined by institution type, once again, proportions vary between enrolments in public sector schools and those in private sector schools. The proportion of foreign student enrolments in public institutions represents 33 percent of total reported enrolments in 1998. This proportion rises to 44 percent in private operations.

Chart 3.11 Distribution of Foreign Student Enrolments, by Type of School, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

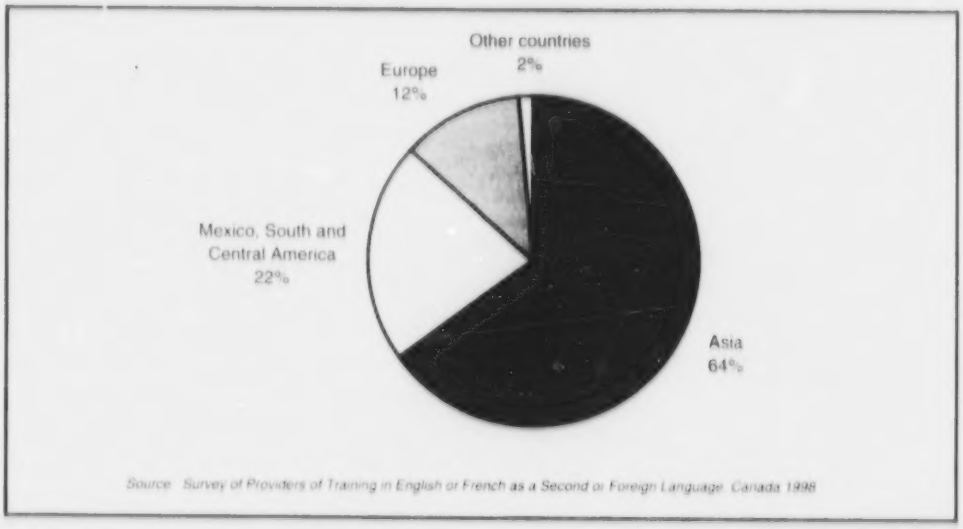
PLACE OF ORIGIN OF FOREIGN STUDENT ENROLMENTS

Together, Asian, Latin American and European enrolments cover 99 percent of all foreign student enrolments. However, Asian enrolments dominate the foreign enrolment statistics. When both public and private operations are considered, 65 percent of the total reported enrolments are for students whose country of origin is located in Asia. The figure is higher (74 percent) for public schools and lower (60 percent) for private schools.

Enrolments of Latin American origin are next in importance, representing 22 percent of all reported foreign student enrolments. They make up 25 percent of private institution foreign enrolments and 17 percent of public institution foreign enrolments.

BEST COPY AVAILABLE

Chart 3.12 Distribution of Foreign Student Enrolments, by Place of Origin, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

European enrolments rank third. They account for 12 percent of all reported foreign student enrolments. Other countries, including the United States, account for just over 1 percent of foreign student enrolments. (See Table 3.1 in Appendix A for a detailed presentation of the results.)

FOREIGN ENROLMENTS PROFILE

The survey collected information on the type of clients enrolled in language training.[19] Clients are either grouped by the reason for enrolling or by the specific group they represent. In 1998, the reasons for enrolling ranked as follows:

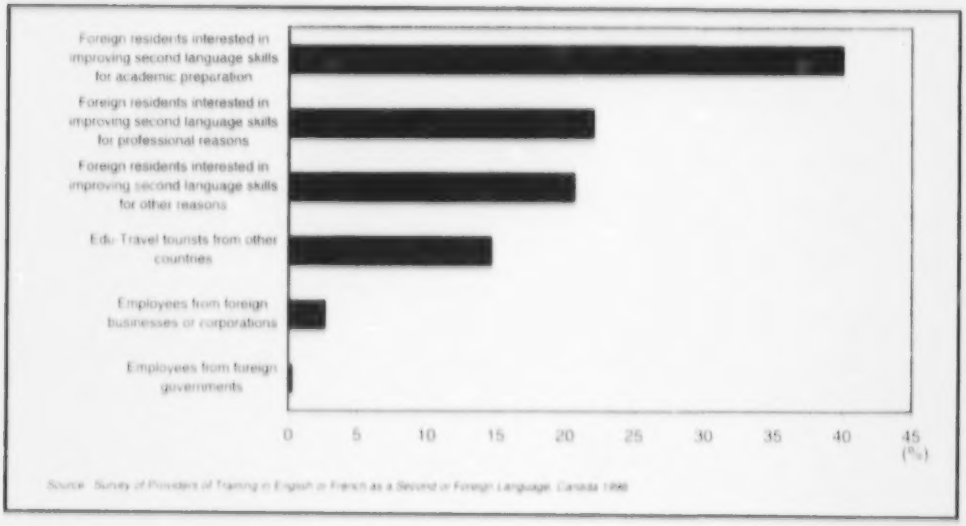
- Improving second language skills for academic preparation is the top reason (40 percent).
- Improving second language skills for professional reasons (22 percent) .
- Edu-travel tourists from other countries (15 percent).

19. These results are based on 59,000 of the reported 64,000 foreign student enrolments.

BEST COPY AVAILABLE

- Only 3 percent of the reported foreign enrolments are attributed to foreign business or corporate sponsorship, and less than 1 percent of the reported foreign enrolments are identified as being sponsored by foreign governments.
- Providers list other unspecified reasons as a motivation or sponsorship factor in second language training for 21 percent of the foreign enrolments.[20]

Chart 3.13 Distribution of Foreign Student Enrolments, by Reason for Taking Second Language Training, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

The factors influencing foreign residents to take second language training are very different from those influencing Canadian residents.

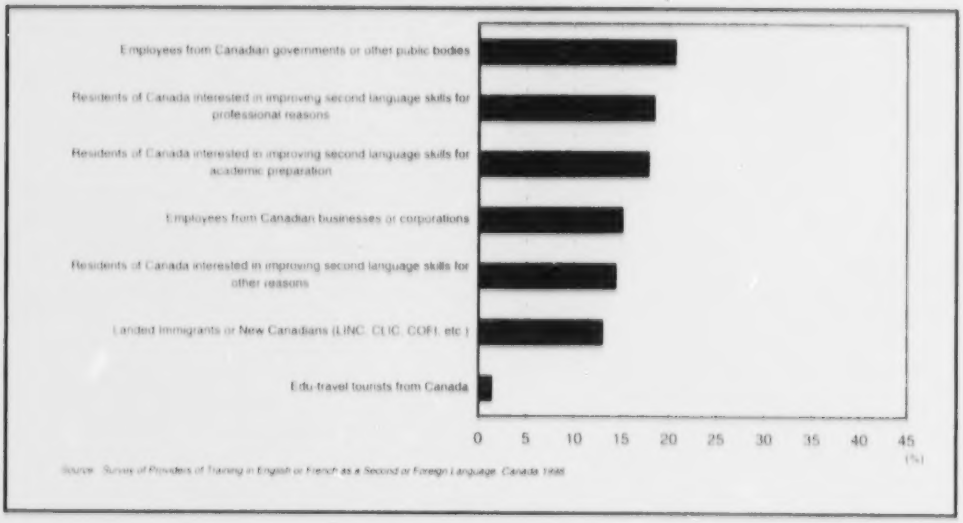
- The most important factor among Canadian enrolments is support from government or other public employers (21 percent).
- Professional reasons rank second (18.3 percent) for domestic residents and academic preparation ranks only third (17.7 percent).

20. The information on reasons for taking language training was in essence, secondhand information provided by the schools and not the students. The large proportion of unspecified reasons may indicate that providers do not record this information.

BEST COPY AVAILABLE

- Employer sponsorship from Canadian businesses or corporations accounts for 15 percent of Canadian enrolments, it is the fourth ranked factor.
- Just behind and ranking fifth is enrolments among landed immigrants or new Canadians, with 13 percent of the Canadian total.
- Other, unspecified reasons are listed by the providers for 14 percent of the Canadian resident enrolments.[21]
- Edu-travel is reported as a factor in domestic enrolments only 1 percent of the time.

Chart 3.14 Distribution of Canadian Student Enrolments, by Reason for Taking Second Language Training, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998.

FOREIGN ENROLMENT REVENUES

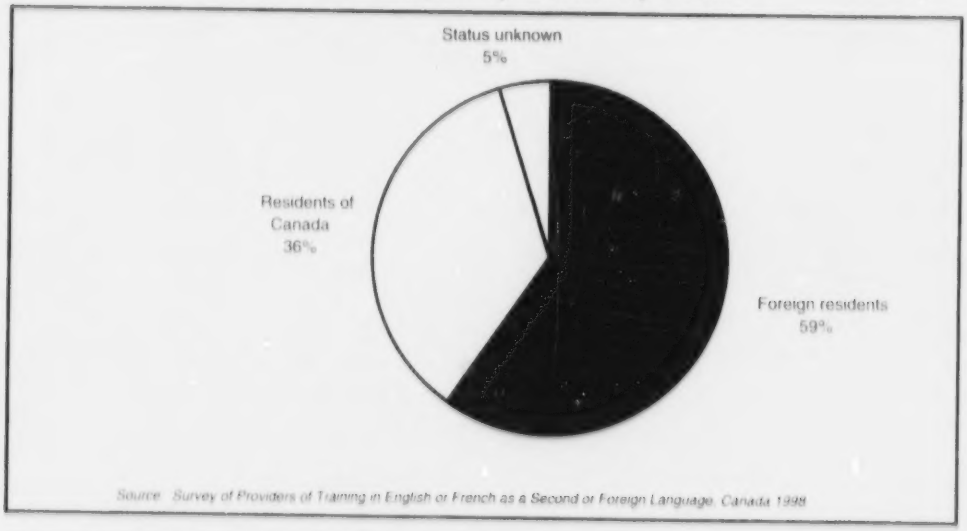
Given the difference in proportions of total enrolments that foreign residents represent among public and private schools (33 percent and 44 percent respectively), one would expect a difference in the proportion of tuition revenues received from foreign enrolments in

21. The proportion of other unspecified reasons was lower for Canadian enrolments than for foreign enrolments. This may indicate that providers of training in ESL/FSL are more aware of the motivations of Canadian students than foreign students.

BEST COPY AVAILABLE

the two sectors. The results of the survey are surprising here since the proportion of tuition revenues received from foreign residents was practically equal for public and private providers of training in ESL/FSL. Tuition revenues from foreign student enrolments represent 59 percent of all public school tuition revenues, and the comparative proportion for private schools is 60 percent. One possible explanation lies in the differences between the teaching formats. Given that private schools provide more tutoring than public schools, results suggest that they provide a customized series of tutoring of shorter duration and with a lower total cost than that which is provided by the more structured classroom instruction offered by public schools. The survey did not collect information on fee schedules, so it remains an area for investigation in future surveys of the industry.

Chart 3.15 Distribution of Tuition Revenues, by Residency Status of Students, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

The contribution of foreign enrolments to total revenues was not collected in the ESL/FSL survey. However, since foreign students contribute 59 percent of total tuition fees collected by Canadian schools and overall tuition fees represent 72 percent of total revenues from ESL/FSL training, then one can assume foreign students contribute approximately $125 million in the form of tuition fees, to the adjusted aggregate industry revenues.

BEST COPY AVAILABLE

4. ISSUES IN SECOND LANGUAGE TEACHING

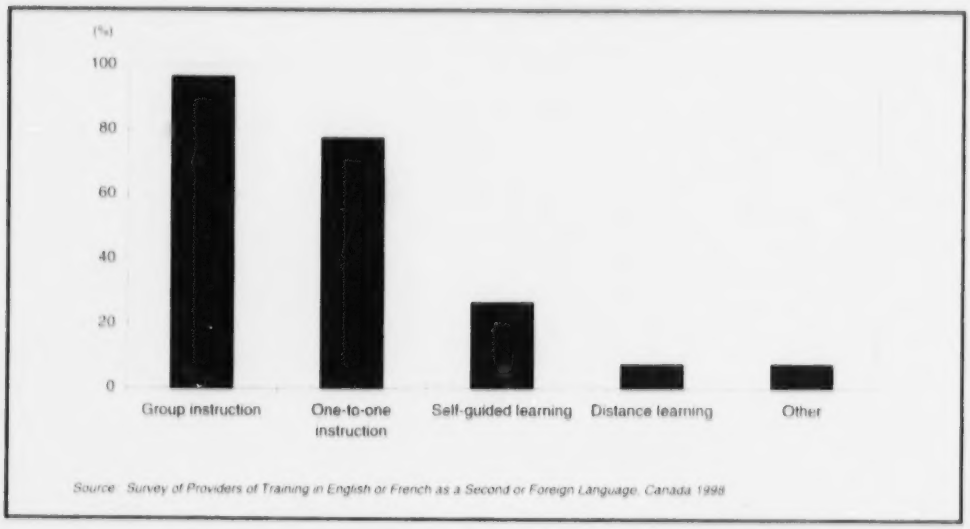
TEACHING IN THE KNOWLEDGE ECONOMY

In the emerging knowledge economy, the teaching profession is in transition. The enormous amount of knowledge to transmit is forcing teachers to become instructors rather than teachers. In addition, changes in delivery methods caused by the new technology constitute an additional challenge to the profession. As such, traditional teaching methods are being supplemented with newer approaches. The survey collected information on the teaching formats and methods employed by schools in second language training.

TEACHING FORMATS

Group instruction remains, by far, the most common format of teaching among all ESL/FSL providers. Ninety-six percent of the responding schools use this method. However, one-to-one instruction is also very popular, being reported by 77 percent of the schools. Self-guided learning, involving less structure but more discipline on the part of the students is reported by only 26 percent of the schools. Distance learning and other formats are not widely used as only 7 percent of the responding schools report using these learning formats.

Chart 4.1 Percentage of Schools, by Type of Learning Formats Used, Canada, 1998

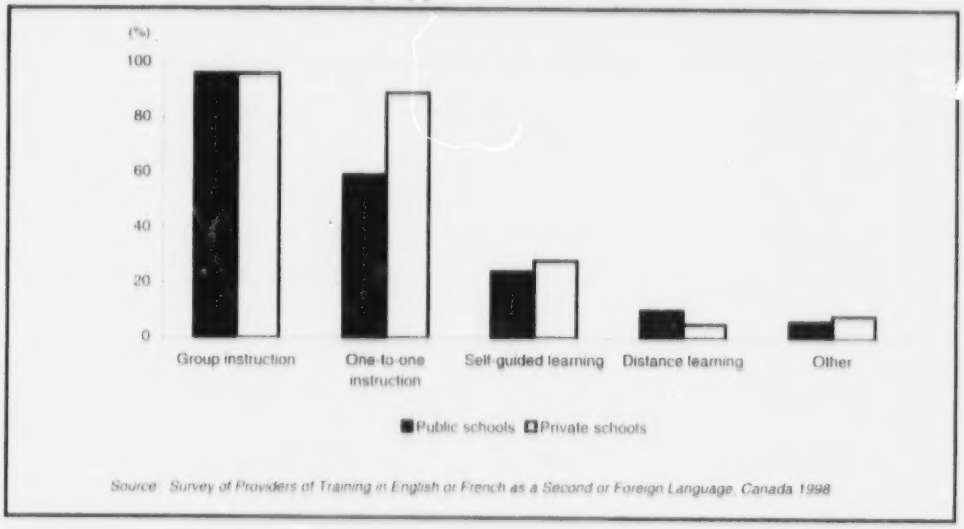


Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

Some interesting differences in popularity of teaching formats are evident when private ESL/FSL providers and public ESL/FSL providers are examined separately. While both types of institutions report using group instruction at the same levels (96 percent each), 89 percent of private operations report using one-to-one instruction compared to only 59 percent of public institutions. Public institutions report using distance learning at higher levels as well, with this teaching method being used by 10 percent of the schools, compared to 5 percent for private schools. On the other hand, self-guided learning is reported at slightly higher levels (28 percent) for private schools than it is for public schools (24 percent).

BEST COPY AVAILABLE

Chart 4.2 Percentage of Schools, by Type of Learning Formats Used and by Type of School, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

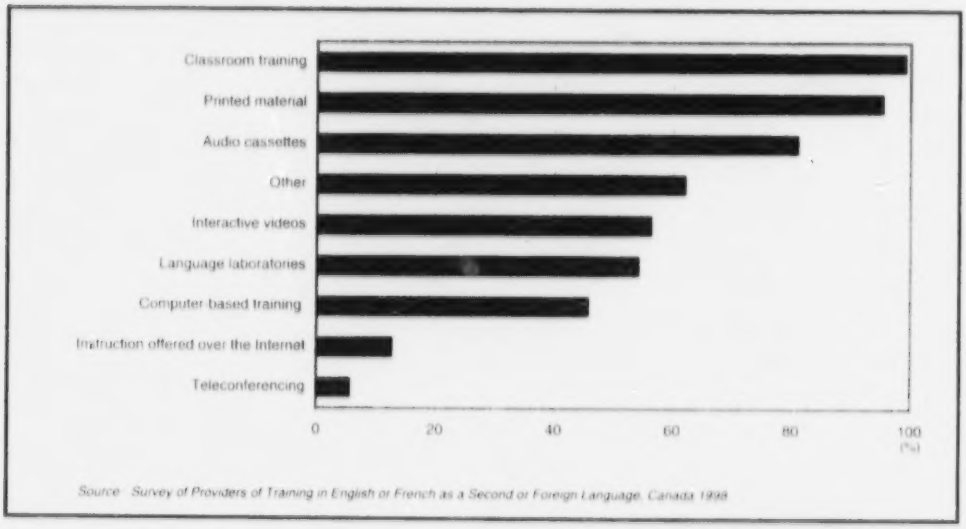
TEACHING METHODS

The ESL/FSL questionnaire included a question on the extent to which the schools use traditional delivery methods and new learning technology delivery methods. (See Table 4.1 in Appendix A for a detailed presentation of these results.)

Overall, traditional methods (including classroom training, language laboratories and printed materials) dominate the ESL/FSL training industry with 99 percent of the institutions relying on classroom training and 95 percent indicating the use of printed materials. Language laboratories are used (either somewhat or to a great extent) by 54 percent of the schools.

BEST COPY AVAILABLE

Chart 4.3 Percentage of Schools, by Type of Teaching Delivery Method Used, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

Survey results on the use of new learning technologies are promising. While these methods are not used to a great extent (as are traditional methods), they are being incorporated into ESL/FSL training programs. Fully 81 percent of the schools surveyed report using audio-cassettes, 56 percent report using interactive videos, and 46 percent report the use of computer-based training.

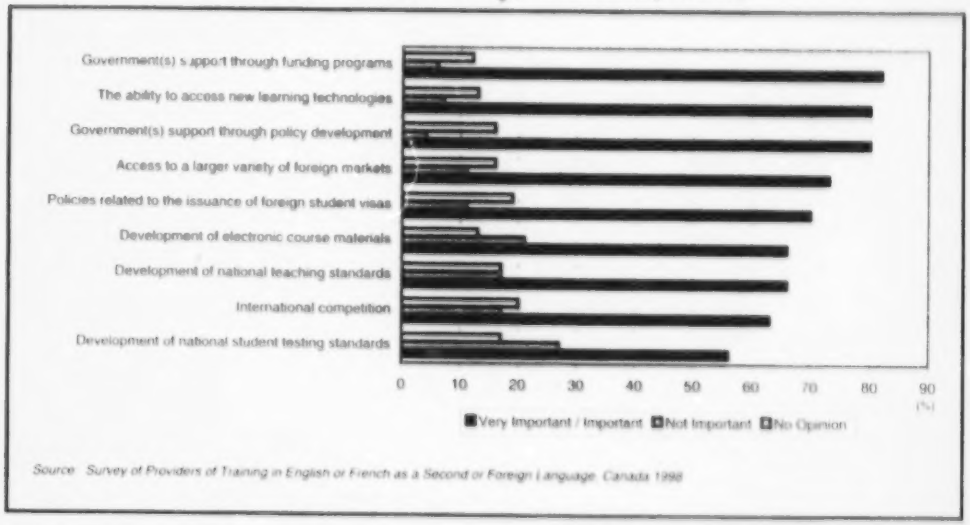
Differences in the teaching approaches of private and public providers of ESL/FSL training emerge when their delivery methods are reviewed. Public schools are leading the way in the use of new learning technologies. Eighty-five percent of public schools incorporate audio-cassettes into their programs whereas 78 percent of the private schools report doing so. On the other hand, it is private schools that lead in the use of interactive videos (60 percent report using them vs. 51 percent of public schools). Computer based training is not relied on to a great extent yet, but it has penetrated public school and private school programs in roughly the same proportions (46 percent for private and 45 percent for public schools).

BEST COPY AVAILABLE

EVALUATION OF POTENTIAL INDUSTRY INITIATIVES

As operators in a growing industry, ESL/FSL providers were asked to rate the importance of a variety of initiatives which could affect the growth of the industry. The results indicate that government support and access to new learning technologies are considered the most important initiatives and development of national student testing standards is the least important.

Chart 4.4 Importance of Initiatives to the Future Growth of ESL/FSL Industry, Canada, 1998



Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

Eighty-two percent of the responding providers rank government funding programs as very important or important, followed by 80 percent of providers ranking access to new learning technologies as very important or important, and another 80 percent who rank government support through policy development as very important or important for industry growth. Fourth ranked of the initiatives is access to a larger variety of foreign markets (73 percent), and policies related to the issuance of foreign student visas is ranked fifth (70 percent). Other initiatives like the development of national teaching standards and electronic course materials are considered very important or important by 66 percent of the schools. International competition is ranked important by 63 percent of the schools and development of national student testing standards is ranked least important with only 56 percent of the schools identifying this as a very important or important initiative.

BEST COPY AVAILABLE

Providers of training in ESL/FSL would prefer to obtain support in the form of government funding. However, they are reluctant to support policies that would take the form of more regulations such as establishing student testing programs or teaching standard programs. The ESL/FSL operators work in a largely unregulated industry and they seem to want to preserve their independence.

CONCLUSION

The survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language in 1998 was the first comprehensive survey of suppliers of second language training in Canada. It has involved major efforts to build an inventory of second language schools, define the industry and understand its functioning.

Results from the survey have improved our understanding of the industry. They have mainly shown that the second language industry in Canada is composed of a larger private sector and a substantial public sector that are both largely dependent on foreign enrolments. In addition to product and market differentiation, the two sectors also use traditional teaching methods and new learning technologies in different proportions.

The main foreign component of our second language training industry is made up of foreign residents studying in Canada. Of the estimated 290,000 enrolments in 1998, about 110,000 are from foreign residents. Marketing expenditures are currently concentrated in Canada, Asia, Mexico and Central and South America, but Europe is seen as an important emerging market. Operations of Canadian schools abroad are still very limited.

The survey met many of the objectives established at the outset of the project. However, in order to improve the overall quality of the data and better measure the characteristics of this rapidly changing industry, further surveys of providers should take into consideration the following recommendations:

In terms of survey content:

- Obtain information on fee schedules for foreign and domestic students.
- Obtain information on duration of programs.
- Obtain information on other commercial activities.

And in terms of survey operations:

- Reduce the respondent response burden.
- Use different questionnaires to survey private and public schools.
- Minimize the time between the frame creation and the data collection.

APPENDIX A: STATISTICAL TABLES

Table 1.1 - Distribution of Enrolments, by Revenue Size of School and by Residency Status of Students, Canada, 1998

	Total enrolments (%)	Canadian residents (%)	Foreign residents (%)	Status unknown (%)
All Schools				
Under 200,000 dollars	6.7	8.3	2.0	35.9
200,000 - 499,999 dollars	9.6	10.1	6.4	38.9
500,000 - 999,999 dollars	16.2	18.1	14.6	3.3
1,000,000 - 1,999,999 dollars	16.5	14.3	21.0	0.0
2,000,000 or more dollars	41.7	40.2	45.6	21.6
Do not know / Not stated	9.3	9.0	10.4	0.3
Public schools				
Under 200,000 dollars	7.0	7.8	1.4	44.7
200,000 - 499,999 dollars	2.7	1.8	4.4	3.3
500,000 - 999,999 dollars	11.0	9.7	14.1	5.6
1,000,000 - 1,999,999 dollars	15.8	15.0	18.7	0.0
2,000,000 or more dollars	51.1	52.2	49.7	45.8
Do not know / Not stated	12.4	13.5	11.7	0.6
Private schools				
Under 200,000 dollars	6.5	8.7	2.4	28.0
200,000 - 499,999 dollars	15.5	18.6	7.6	70.7
500,000 - 999,999 dollars	20.6	26.6	14.9	1.3
1,000,000 - 1,999,999 dollars	17.0	13.5	22.4	0.0
2,000,000 or more dollars	33.7	28.1	43.0	0.0
Do not know / Not stated	6.7	4.5	9.7	0.0

Source: *Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998*

Table 1.2 - Distribution of Staff, by Revenue Size of School and by Category of Employee, Canada, 1998

	Total staff	Owner/ Full-time staff	Part-time staff	Contract Sessional staff	Casual Volunteers/ Unpaid staff
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
All Schools					
Under 200,000 dollars	13.3	7.4	14.2	16.4	19.0
200,000 - 499,999 dollars	8.3	8.8	10.6	7.1	5.7
500,000 - 999,999 dollars	13.0	10.8	9.4	16.1	16.6
1,000,000 - 1,999,999 dollars	17.3	16.1	14.5	20.2	17.6
2,000,000 or more dollars	38.7	41.8	47.1	29.7	39.3
Do not know / Not stated	9.4	15.1	4.2	10.5	1.8
Public schools					
Under 200,000 dollars	15.1	8.2	26.0	12.0	21.6
200,000 - 499,999 dollars	3.2	4.3	1.7	3.7	2.0
500,000 - 999,999 dollars	10.5	6.0	12.8	9.7	15.9
1,000,000 - 1,999,999 dollars	19.2	14.7	15.4	23.0	18.3
2,000,000 or more dollars	41.8	53.4	40.7	37.2	40.6
Do not know / Not stated	10.2	13.4	3.4	14.4	1.6
Private schools					
Under 200,000 dollars	11.6	7.0	8.1	25.8	11.9
200,000 - 499,999 dollars	13.3	11.0	15.1	14.2	15.8
500,000 - 999,999 dollars	15.4	13.2	7.7	29.8	18.3
1,000,000 - 1,999,999 dollars	15.4	16.8	14.0	14.3	15.8
2,000,000 or more dollars	35.6	36.2	50.5	13.7	35.7
Do not know / Not stated	8.7	15.8	4.6	2.2	2.5

Source: *Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998*

Table 2.1 - Percentage of Schools Arranging Supplemental Activities as Part of ESL/FSL Training, by Type of Activity, Canada and Regions, 1998

	Canada	Atlantic Region	Quebec	Ontario	Prairies	British Columbia & Territories
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Visits to museums, concerts, theatres and other attractions	69.3	71.4	40.8	83.6	70.3	80.8
Participation in local festivals or community events	57.8	64.3	26.5	65.5	59.3	78.7
Participation in or attendance at sporting events	47.4	42.9	16.3	50.9	59.3	70.2
Touring activities such as visiting parks, historial sights, etc.	61.5	64.3	30.6	67.3	74.1	78.7
Daily life activities such as trips to the grocery store, bank, etc.	58.3	85.7	34.7	60.0	63.0	70.2
Visits to places of employment	32.8	35.7	20.4	30.9	37.0	44.7
Other activities	42.2	50.0	30.6	41.8	44.4	51.1
Not applicable	17.2	0.0	40.8	9.1	11.1	10.6

Source: *Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998*

BEST COPY AVAILABLE

Table 2.2 - Percentage of Schools using Marketing Methods, by Type of Marketing Methods and by Type of School, Canada, 1998

	Total (%)	Public schools (%)	Private schools (%)
Written material	**96.4**	**98.8**	**94.6**
Yellow Pages listing	51.6	12.5	79.5
Direct mail campaigns	44.3	52.5	38.4
Advertisements in print media and general public magazines	72.9	76.3	70.5
Flyers and brochures	81.3	88.8	75.9
Advertisements in educational or other specialized magazines	49.5	58.8	42.9
Electronic material	**81.3**	**90.0**	**75.0**
Web page	68.2	80.0	59.8
Internet mailings	30.7	30.0	31.3
Other internet activities	14.1	12.5	15.2
Fax mailings	47.9	41.3	52.7
CD Rom	14.6	16.3	13.4
Radio/Television advertising	17.2	22.5	13.4
Personal contact	**84.9**	**82.5**	**86.6**
Met with current and potential Canadian clients	66.1	65.0	67.0
Met with foreign representatives or diplomats who were in Canada	41.7	42.5	41.1
Attended conferences in Canada	44.3	47.5	42.0
Attended fairs in Canada	36.5	38.8	34.8
Attended fairs in foreign countries	38.5	42.5	35.7
Made presentations in foreign countries	40.1	45.0	36.6
Former students spoke on our behalf in their home countries	42.7	35.0	48.2

Use of agents	**48.4**	**47.5**	**49.1**
Have contracted the service of at least one education agent in another country	38.5	31.3	43.8
Have provided information packages to travel agents	38.5	35.0	41.1
Have provided information packages to tour operators and guides	31.3	28.8	33.0
Other	**14.1**	**17.5**	**11.6**
Other marketing/sales activities	14.1	17.5	11.6

Source: *Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998*

Table 2.3 - Distribution of Marketing Locations, by Type of School, Canada and the World, 1998

	Total (%)	Public schools (%)	Private schools (%)
Canada	40.5	39.8	41.3
Asia	20.4	17.9	22.3
Mexico, South and Central America	18.3	18.3	18.4
Africa	2.1	3.6	1.0
USA	4.0	6.7	2.0
Europe	14.2	13.4	14.8
Oceania	0.6	0.9	0.3

Source: Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

Table 3.1 - Distribution of Foreign Student Enrolments, by Place of Origin and by Type of School, Canada, 1998

	Total (%)	Public schools (%)	Private schools (%)
Countries			
Asia	65.0	73.9	59.5
Mexico, South and Central America	21.7	16.8	24.8
Africa	0.6	0.6	0.5
USA	0.9	1.9	0.2
Europe	11.8	6.8	15.0
Oceania	0.0	0.0	0.0

Source: *Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998*

Table 4.1 - Distribution of Delivery Methods, by Level of Use and by Type of School, Canada, 1998

	Total			Public schools			Private schools		
	To a great extent (%)	Somewhat (%)	Not at all (%)	To a great extent (%)	Somewhat (%)	Not at all (%)	To a great extent (%)	Somewhat (%)	Not at all (%)
Traditional methods:									
Classroom training	94.2	**	**	89.9	**	**	97.3	**	**
Language laboratories	16.8	37.3	45.9	25.9	41.6	32.5	10.2	34.2	55.6
Printed material	68.6	26.6	4.8	72.7	**	**	65.8	27.0	7.2
New Learning Technologies:									
Audio cassettes	29.8	51.1	19.1	20.5	64.1	15.4	36.4	41.8	21.8
Interactive videos	7.6	48.6	43.8	**	50.0	**	11.9	47.7	40.0
Computer-based training (e.g. CD-ROM)	7.6	38.0	54.3	9.2	35.5	55.3	6.5	39.8	53.7
Other	5.2	9.4	85.5	4.7	10.6	84.7	5.5	8.5	86.0

*** Numbers marked with this symbol are not reliable enough to be released.*

Source: *Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998*

BEST COPY AVAILABLE

APPENDIX B : SURVEY METHODOLOGY AND DATA QUALITY

This annex describes the methodology used to conduct the 1998 Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language in Canada, 1998. Since this industry was surveyed for the first time, the most important challenges were the creation of a comprehensive survey frame and the design of a questionnaire that takes into account the capacity of institutions to provide the required information.

GOALS OF THE SURVEY

The survey was conducted with the support of the Department of Canadian Heritage, Industry Canada, the Canadian Tourism Commission, Language Training Canada and the Canadian Education Centres Network.

The objectives of the survey were to better understand the contribution of the ESL/FSL industry to the Canadian economy and to provide decision makers, members of the industry and other stakeholders with necessary statistical information to either design appropriate policies or take informed decisions.

The specific goals of the survey were:

- To measure the importance of the ESL/FSL industry in terms of total revenues, number of enrolments and employees;

- To estimate the contribution of foreign students to the industry in terms of the number of students coming to Canada and of Canadian schools selling their services abroad;
- To measure the growth of the industry;
- To obtain characteristics of the industry such as the types of services offered, teaching methods used, modes of operations, marketing practices, etc.; and
- To identify issues that impact on the industry.

SURVEY FRAME

Since the survey was conducted for the first time, a comprehensive list of all private and public schools had to be created. An initial list was created from various public sources such as the lists provided by provincial governments, the Yellow Pages, professional associations, federal government departments and information extracted from the Statistics Canada Business Register.

In order to refine the initial list that contained over a thousand entities, and retain only schools that met the selection criteria[1], a telephone survey was conducted in June 1998. This survey also provided an opportunity to validate the contact name and address in preparation for the mail-out/mail-back survey. The resultant list or industry inventory included 331 private schools and 159 public institutions.

SURVEY DESIGN AND COVERAGE

As mentioned above, the survey was conducted in two steps. First, a telephone survey was conducted to create a master list of schools to be included in the survey. Second, a mail-out/mail-back questionnaire was sent at the end of January 1999 to every school. At the end of the planned collection period, only 30 percent of the questionnaires were sent back.

1. For a better description of these criteria, see the description of the target population in the Introduction.

In order to improve the response rate, follow-up letters were sent to delinquent respondents in March, 1999 and follow-up phone calls were made. However, these efforts were not sufficient. In July, to minimize the response burden, an abridged version of the questionnaire was developed. It was administered over the phone to a sample of non-respondents. This process also allowed us to measure the non-response bias of the survey. Unfortunately, these measures failed to substantially improve the response rate which remained relatively low (46 percent). However, they revealed that large differences existed between the characteristics of the mail-out/mail-back survey respondents and respondents to the follow-up survey. In other words, the information produced from 46 percent of the industry's schools was not fully representative of the universe.

Response Rates, by Type of School, Canada and Provinces, 1998

Province or Region	Public schools			Private schools			Total Response rate (%)
	Target Population	Number of respondents	Response rate(%)	Target Population	Number of respondents	Response rate(%)	
Atlantic	17	11	64.7	14	5	35.7	51.6
Quebec	44	19	43.2	116	38	32.8	35.6
Ontario	42	26	61.9	94	43	45.7	50.7
Prairies	30	20	66.7	18	11	61.1	64.6
British Columbia	26	15	57.7	89	39	43.8	47.0
CANADA	159	91	57.2	331	136	41.1	46.3

WEIGHTING PROCEDURES

In a probability sample, weights are attached to each unit selected for the sample. Weights represent the number of units in the total population that the sampled unit is supposed to represent. Weights are used to derive meaningful estimates from the survey data. The survey of Providers of Training in ESL/FSL was not designed as a sample survey but was rather intended to be a complete census of all firms in the industry. For this reason and because of time and financial constraints, no weights were calculated for sampled units.

However, in order to obtain a better estimate of the size of the industry in terms of total revenues, enrolments or staff, a procedure was designed to weight groups of units. This was done in three steps. First, it was assumed that the structure of the private sector of the second language training industry (as measured by the distribution of schools by total revenue size) was similar to the structure of the whole language industry. The structure of the whole language training industry was measured by the distribution of the gross business income obtained from the Business Register of Statistics Canada. Second, the reported structure of the public sector was assumed to be representative. Third, total revenues by revenue category were estimated by multiplying the number of schools per category from the industry inventory by the reported average revenues for each category.

As a result, *caution should be used when interpreting the results of the survey. The reader should also avoid generalizing the conclusions of this report.*

Centre for Education Statistics

Survey of Providers of Training in English or French as a Second or Foreign Language, Canada 1998

CONFIDENTIAL when completed

Collected under authority of Statistics Act, Revised Statutes of Canada, 1985, Chapter S19.

Français au verso.

Please update the information on the mailing label, above, if necessary.

Contact Person	Contact Title	
Department Name		
School/Business name/Organization		
Address		
City	Province	Postal Code

Purpose of the survey

This survey collects information on providers of training in English or French as a second or foreign language in Canada. The results from the survey will help Canadians and Canadian governments understand the contributions made by this industry to the Canadian economy and will assist in the development of appropriate research and policy in this area. Statistics Canada is conducting this survey under contract to the Department of Canadian Heritage, Industry Canada, the Canadian Tourism Commission, Language Training Canada and the Canadian Education Centre Network.

The information you provide is confidential

Statistics Canada is prohibited by law from publishing or releasing any statistics that reveal information obtained from this survey relating to any identifiable business, organization or institution. The data reported in the questionnaire will be treated in strict confidence, used for statistical purposes and published in aggregate form only. The confidentiality provisions of the Statistics Act are not affected by either the Access to Information Act or any other legislation.

Your participation is important

Participation in this survey is voluntary. However, your cooperation is essential to the accuracy of the information that is collected and to the profile of the Second Language Training sector in Canada that will result from this survey.

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system to the long-standing cooperation between Statistics Canada and Canadian citizens, businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued co-operation and goodwill.

Please complete and return this questionnaire within 15 days of receipt

If you require assistance in the completion of the questionnaire or have any questions regarding the survey, please contact:

Centre for Education Statistics
Statistics Canada
Tunney's Pasture
Ottawa, Ontario
K1A 0T6

Phone: (613) 951-1519 or (613) 951-3280
Fax: (613) 951-9040
E-Mail: couirob@statcan.ca

8-2200-396 1998-11-10 STC/ECT-173-75145

Statistics Canada Statistique Canada

Canada

BEST COPY AVAILABLE

Appendix C: Survey Questionnaire

General Instructions for Completing the Questionnaire

1. Refer to the glossary of terms provided at the end of the questionnaire if you are unfamiliar with any terms.

2. Providers of training in English or French as a second or foreign language **who operate in public or private post-secondary education institutions (CÉGEPS, colleges, universities)** should report only on training that is **NOT** used as a credit towards a certificate, diploma or degree in a subject other than English or French as a second language. For example, do not include courses that are part of the required studies at a CÉGEP, courses that are part of the required studies leading to a certificate in another subject area at a college (i.e. Travel and Tourism) or courses that are used as a credit towards a Bachelor of Arts in English or French, a Master's Degree in International Affairs, and so on.

   Do include:

   - courses that may result in a certificate in English or French as a second language
   - courses that are used to meet language requirements for admittance to a regular program of study at a Canadian education institution
   - all other non-credit courses which are intended to improve skills in English or French as a second or foreign language

3. **Private language schools** should report on all courses in English or French as a second or foreign language, regardless of the type of student enrolled, the fee structure, length or level of difficulty of the course.

4. **Other businesses** who are engaged in a number of commercial activities, one of which is providing training in English or French as a second or foreign language, should report on all courses in English or French as a second or foreign language, regardless of the type of student enrolled, the fee structure, length or level of difficulty of the course.

5. **Self-employed and freelance teachers or tutors** should **NOT** report information related to training that was done as part of a contract with a private language school, a public or private CÉGEP, college, or university, or other type of school. Information related to work done under contract with these types of schools will be gathered directly from the schools themselves. Information on training given outside of any contract with a school (for example on contract with a government, a business or corporation or as a private tutor) should be reported in this survey.

6. All dollar amounts should be reported in Canadian dollars. If the response for an item which is asking for dollar amounts is zero, please enter '0' in the appropriate box rather than leaving it blank.

Start here

▼

Fiscal Year - Reporting period

FY 1.1 Unless otherwise indicated, this survey gathers information for the fiscal year for your business or organization which ended anytime **between January 1,1998 and December 31, 1998**. This fiscal year will be referred to as the "reporting period" throughout this questionnaire.

001 1 ○ Not in business in 1998 ▶ **Go to Section F**

2 ○ In business in 1998 ▶ Start of fiscal year 002 Day Month Year

▶ End of fiscal year 003 Day Month Year 9 8

Page 2

8-2200-396

BEST COPY AVAILABLE

SECTION A – General information

A 1.1 Did your business or organization provide language training in English or French as a second or foreign language during the reporting period?

004 1 ○ Yes

2 ○ No ▶ **Go to Section F**

A 1.2 In what year did this business or organization first offer training in English or French as second or foreign language?

005 | | | | | English

006 | | | | | French

A 1.3 How would you describe this business or organization? **Mark one response only.**

007 1 ○ A public or private elementary/secondary school or public school board ▶ **Go to Section F**

2 ○ A public CÉGEP, college or university

3 ○ A private CÉGEP, college or university ▶ **Go to Section B**

4 ○ A self-employed or freelance teacher or tutor

5 ○ A private language school

6 ○ A business which offers language training as one of its commercial activities

7 ○ Other (please specify) ▶ **Go to question A 1.4**

S07 |

A 1.4 Which of the following best describes this business or organization? **Mark one response only.**

008 1 ○ A for profit business or organization

2 ○ A not-for-profit or charitable business or organization

3 ○ A business or organization which has both for profit and not-for-profit activities

A 1.5 Was the training in English or French as a second or foreign language offered **ONLY** as part of a summer camp program for children or youth?

009 1 ○ Yes

2 ○ No

A 1.6 During the reporting period, did this business or organization market or sell any other products or services **in addition** to the training in English or French as a second or foreign language?

010 1 ○ Yes

2 ○ No ▶ **Go to Section B**

A 1.7 During the reporting period, what were the total revenues for **all commercial activities** of this business or organization?

Total Revenues (in Canadian dollars)

011 | | | | | | | . 0 0

A 1.8 During the reporting period, what were the total expenditures related to **all commercial activities** of this business or organization?

Total expenditures (in Canadian dollars)

012 | | | | | | | . 0 0

8-2200-396

Page 3

BEST COPY AVAILABLE

Appendix C: Survey Questionnaire

SECTION B – Marketing training services in English or French as a second or foreign language

In Section B, **please report all marketing activities that were conducted in Canada or outside Canada** that were related to **training in English or French as a second or foreign language ONLY**, regardless of where that training took place (in Canada or in other countries).

B 1.1 During the reporting period, which of the following marketing or sales techniques did you use to promote your English or French language training services?
Mark all that apply.

100

Written material

- 01 ◯ Yellow pages listing
- 02 ◯ Direct mail campaigns
- 03 ◯ Advertisements in print media and general public magazines
- 04 ◯ Flyers and brochures
- 05 ◯ Advertisements in educational or other specialized magazines

Electronic material

- 06 ◯ Web page
- 07 ◯ Internet mailings
- 08 ◯ Other Internet activities
- 09 ◯ Fax mailings
- 10 ◯ CD Rom
- 11 ◯ Radio/Television advertising

Personal contact

- 12 ◯ Met with current and potential Canadian clients
- 13 ◯ Met with foreign representatives or diplomats who were in Canada
- 14 ◯ Attended language training association or industry conferences in Canada
- 15 ◯ Attended industry, trade or educational fairs in Canada
- 16 ◯ Attended industry, trade or educational fairs in foreign countries
- 17 ◯ Made presentations to educational institutions, private businesses etc. in foreign countries
- 18 ◯ Former students spoke on our behalf in their home countries

Use of agents

- 19 ◯ Have contracted the services of at least one education agent in another country
- 20 ◯ Have provided information packages to travel agents
- 21 ◯ Have provided information packages to tour operators and guides

Other

- 22 ◯ Other marketing/sales activities (please specify) _____

B 1.2 Which were the three most effective marketing/sales techniques that were used (these do not necessarily have to be on the above list)

101 1 _____
102 2 _____
103 3 _____

B 1.3 During the reporting period, in which of the following areas did you actively engage in marketing English or French as a second or foreign language? (Note: the actual training may have taken place either in Canada or outside Canada)
Mark all that apply.

104

- 1 ◯ Canada
- 2 ◯ Asia (including the Middle East)
- 3 ◯ Mexico, South and Central America
- 4 ◯ Africa
- 5 ◯ USA
- 6 ◯ Europe
- 7 ◯ Oceania (Australia, New Zealand, other Oceania)

B 1.4 Do you intend to add to the markets identified in question B 1.3?

105

- 1 ◯ No
- 2 ◯ Yes ▶ Which ones? **Mark all that apply.**

106

- 1 ◯ Asia (including the Middle East)
- 2 ◯ Mexico, South and Central America
- 3 ◯ Africa
- 4 ◯ USA
- 5 ◯ Europe
- 6 ◯ Oceania (Australia, New Zealand, other Oceania)

Page 4

8-2200-396

BEST COPY AVAILABLE

B 1.5 In total, how much did your business or organization spend on marketing its **English or French language training services** (both in Canada and in other countries) during the reporting period? Include expenses related to printing brochures, travel and accommodation expenses, payments made for booths at trade and educational fairs, advertisements in magazines, etc. **Do not include** any expenditures for salaries and wages.

Total marketing expenditures (in Canadian dollars) [107] . 0 0

B 1.6 For the purposes of marketing or promoting your English or French language training services, did your business or organization form partnerships with any of the following?

		Signed contract	Informal arrangement	No partnership
Private language schools in Canada	[108]	1 ○	2 ○	3 ○
Public or private educational institutions in Canada	[109]	1 ○	2 ○	3 ○
Developers of technology based learning systems	[110]	1 ○	2 ○	3 ○
Companies in the tourism industry (hotels, tour operators, guides etc.)	[111]	1 ○	2 ○	3 ○
Companies in other industrial sectors in Canada (banks, utilities, etc.)	[112]	1 ○	2 ○	3 ○
Education agents in Canada or outside of Canada	[113]	1 ○	2 ○	3 ○
Private language schools in other countries	[114]	1 ○	2 ○	3 ○
Foreign educational institutions	[115]	1 ○	2 ○	3 ○
Foreign governments	[116]	1 ○	2 ○	3 ○
Foreign businesses	[117]	1 ○	2 ○	3 ○
Other	[118]	1 ○	2 ○	3 ○

SECTION C – Training given outside Canada in English or French as a second or foreign language

In Section C, please provide information that is related to training in **English or French as a second or foreign language ONLY**, and that was given **outside Canada** (the training actually took place in other countries) during the reporting period. **Do not** report information pertaining to any other activities outside Canada in which this business or organization might have been involved.

C 1.1 Did this business or organization provide training in English or French as a second or foreign language **outside Canada** during the reporting period?

[200] 1 ○ Yes

2 ○ No ▶ **Go to Section D**

C 1.2 In which regions of the world did your business or organization provide this training?
Mark all that apply.

[201] 1 ○ Asia (including the Middle East)

2 ○ Mexico, South and Central America

3 ○ Africa

4 ○ USA

5 ○ Europe

6 ○ Oceania (Australia, New Zealand, other Oceania)

C 1.3 **Hours of training or instructional hours**: Total hours of training or instructional hours in English or French as a second or foreign language refers to the total number of actual teaching hours given during the reporting period. This total does not include teacher preparation or meeting time, classroom set-up time or any other activities that are not part of the actual instruction of students.

During the reporting period, what were the total hours of training or instructional hours given **outside Canada** in English or French as a second or foreign language?

Total hours [202]

C 1.4 **Enrolment**: Total enrolment refers to the total number of registrations in English or French as a second or foreign language, that took place during the reporting period, regardless of how many times one person registered for training throughout that period. Include all full-time and part-time registrations. For example, five different people registering once each during the reporting period (3 full-time and 2 part-time) count as five enrolments, but the same person registering five different or consecutive times during the reporting period (full or part-time) would also count as five enrolments.

During the reporting period, what was the total enrolment **outside Canada** in English or French as a second or foreign language?

Total enrolment [203]

BEST COPY AVAILABLE

Appendix C: Survey Questionnaire

C 1.5 In order to provide this training in English or French as a second or foreign language outside Canada, how many staff **(working outside Canada)** were there in each of the following categories during the reporting period?

Report the annual average number of staff. If the number of staff in a given category varies throughout the year, obtain the annual average number of staff by *adding the number of staff in a particular category for each month and then dividing by twelve. Count each staff member only once. If some staff members belong to more than one category, report them in the category where they spend most of their working time.*

	Number of staff working outside Canada		
	Administrative/ managerial staff	**Teaching staff:** (English or French teachers, teacher's assistants and other teaching staff, teacher advisors)	**Support staff:** (Clerical, technical and other support staff)
Owner(s)	205	211	217
Full-time/full year	206	212	218
Part-time/full year	207	213	219
Contract	208	214	220
Casual and other	209	215	221
TOTAL	210	216	222

C 1.6 What were the total revenues earned from the provision of training in English or French as a second or foreign language **outside Canada** during the reporting period?

Total revenues (in Canadian dollars) 225 . 0 0

C 1.7 What were the total expenditures related to the provision of this training in English or French as a second or foreign language **outside Canada** during the reporting period?

Total expenditures (in Canadian dollars) 226 . 0 0

SECTION D - Training given in Canada in English or French as a second or foreign language

In Section D, please provide information that is related **only to training in English or French as a second or foreign language** which was given **in a Canadian province or territory** during the reporting period. **Do not** report information pertaining to any other activities in Canada in which this business or organization might have been involved.

D 1.1 Please list all the branches or campuses of this business or organization **in Canada**

- which provided training in English or French as a second or foreign language during the reporting period **and**
- whose information will be reported in this questionnaire.

Attach a separate sheet if more space is required.

Note: *A definition of a "branch" and a "campus" is provided in the glossary of terms at the end of the questionnaire.*

	Branch/Campus Name	City	Province
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			

BEST COPY AVAILABLE

D 2.1 **Hours of training or instructional hours**: Total hours of training or instructional hours in English or French as a second or foreign language refers to the total number of actual teaching hours given during the reporting period. This total does not include teacher preparation or meeting time, classroom set-up time or any other activities that are not part of the actual instruction of students.

What were the total number of hours of training or hours of instruction given in each province or territory?

Province or territory	Hours of training/ Instructional hours provided in Canada
Newfoundland	300
Prince Edward Island	301
Nova Scotia	302
New Brunswick	303
Quebec	304
Ontario	305
Manitoba	306
Saskatchewan	307
Alberta	308
British Columbia	309
Yukon	310
Northwest Territories	311
CANADA - TOTAL HOURS	312

D 2.2 During the reporting period, how many of the hours of training or instructional hours **in Canada** were given to the following groups?

Please read the definition for each group carefully

Residents of Canada: Permanent residents of Canada such as Canadian citizens, landed immigrants, refugees living permanently in Canada and other persons living in Canada on a full-time, permanent basis (do not include foreign students studying full-time in Canada on a student visa).

Foreign residents: Temporary residents or visitors in Canada such as foreign students studying full-time in Canada on a student visa, foreign diplomats or members of foreign military, foreign travellers in Canada, employees from foreign businesses or corporations working or studying in Canada on a temporary basis, and all other visitors or temporary residents of Canada.

Status unknown: Under certain circumstances a language training provider will not be able to identify the Canadian or Foreign residency status of the students being trained. This will occur, for example, when a business which operates both in Canada and in other countries, has contracted a language school or teacher to train its employees at a location in Canada. A similar situation exists when a school or instructor does not gather this information from the students. In these cases, the language training provider should enter the enrolment numbers on the line 'Status unknown' in the table below.

	Hours of training/Instructional hours		
	English as a second or foreign language	French as a second or foreign language	TOTAL
Residents of Canada	313	317	321
Foreign residents	314	318	322
Status unknown	315	319	323
TOTAL HOURS	316 A	320 B	324 Equal to the Canada total in question D 2.1

BEST COPY AVAILABLE

Appendix C: Survey Questionnaire

Enrolment

D 3.1 **Enrolment**: Total enrolment refers to the total number of registrations in English or French as a second or foreign language that took place during the reporting period, regardless of how many times one person registered for training throughout that period. Include all full-time and part-time registrations. For example, five different people registering once each during the reporting period (3 full-time and 2 part-time) count as five enrolments, but the same person registering five different or consecutive times during the reporting period (full or part-time) would also count as five enrolments.

During the reporting period, what was the total enrolment **in Canada** in English or French as a second or foreign language?

Total enrolment [325] | | | | | | |

D 3.2 During the reporting period, how many of the enrolments made **in Canada** were made by the following groups?

Please carefully read the definitions for residents of Canada, foreign residents and status unknown in question D 2.2.

	Enrolment		
	English as a second or foreign language	**French as a second or foreign language**	**TOTAL**
Residents of Canada	326	330	334
Foreign residents	327	331	335 C
Status unknown	328	332	336
TOTAL	329 A	333 B	337 Equal to the total in question D 3.1

D 3.3 Please indicate the number of enrolments made **in Canada** by the kinds of students listed in the table below:

	Enrolment		
Students who were:	**English as a second or foreign language**	**French as a second or foreign language**	**TOTAL**
Employees from:			
Canadian businesses or corporations	340	356	372
Foreign businesses or corporations	341	357	373
Federal, provincial, regional or municipal Canadian government or other public bodies	342	358	374
Foreign governments	343	359	375
Edu-travel tourists from:	344	360	376
Canada			
Other countries	345	361	377
Landed immigrants or new Canadians	346	362	378
LINC, CLIC, COFI, etc.			
Individuals:	347	363	379
Residents of Canada interested in improving second language skills for:			
Academic preparation			
Professional reasons	348	364	380
Other reasons	349	365	381
Foreign residents interested in improving second language skills for:	350	366	382
Academic preparation			
Professional reasons	351	367	383
Other reasons	352	368	384
Residency status unknown	353	369	385
Other	354	370	386
TOTAL	355 Equal to A in table D 3.2	371 Equal to B in table D 3.2	387 Equal to total in question D 3.1

BEST COPY AVAILABLE

D 3.4 Indicate the number of enrolments by place of origin for foreign residents studying **in Canada** during the reporting period.

	Place of origin of foreign residents studying in Canada						TOTAL
	Asia (including the Middle East)	Mexico, South and Central America	Africa	USA	Europe	Oceania (Australia, New Zeland and other Oceania)	
Number of enrolments	388	389	390	391	392	393	394 Equal to C in table D 3.2

D 3.5 What were the **total enrolments** in English or French as a second or foreign language **in Canada** for the fiscal years ending in:

395 1997 - Total enrolments _____ OR 396 1 ○ Not in business in 1997

397 1996 - Total enrolments _____ OR 398 1 ○ Not in business in 1996

399 1995 - Total enrolments _____ OR 400 1 ○ Not in business in 1995

401 1994 - Total enrolments _____ OR 402 1 ○ Not in business in 1994

D 4.1 During the reporting period, was the training in English or French as a second or foreign language available from your business or organization:
Mark one response only.

403 1 ○ On a year-round or continuing basis
2 ○ During the school or academic year only
3 ○ On a seasonal basis (for example summers only)
4 ○ Only on demand or intermittently

D 4.2 During the reporting period, to what extent did your business or organization use the following delivery methods?
Mark one response for each item.

		Not at all	Somewhat	To a great extent
Classroom training	404	1 ○	2 ○	3 ○
Language laboratories	405	1 ○	2 ○	3 ○
Audio cassettes	406	1 ○	2 ○	3 ○
Interactive videos	407	1 ○	2 ○	3 ○
Computer-based training (e.g. CD-ROM)	408	1 ○	2 ○	3 ○
Teleconferencing	409	1 ○	2 ○	3 ○
Classes or instruction offered over the Internet	410	1 ○	2 ○	3 ○
Printed material	411	1 ○	2 ○	3 ○
Other (please specify) _____	412	1 ○	2 ○	3 ○

D 4.3 Which of the following learning formats were available?
Mark all that apply.

413 1 ○ Group instruction
2 ○ One-to-one instruction
3 ○ Distance learning
4 ○ Self-guided learning
5 ○ Other (please specify) _____

BEST COPY AVAILABLE

Appendix C: Survey Questionnaire

D 4.4 During the reporting period, which of the following activities did you arrange either as part of the language training activities or as part of the social activities in which students could participate?
Mark all that apply.

414
1 ◯ Visits to museums, concerts, theatres and other attractions
2 ◯ Participation in local festivals or community activities
3 ◯ Participation in or attendance at sporting events
4 ◯ Touring activities such as visiting parks, historical sights, other communities
5 ◯ Daily life activities such as trips to the grocery store, bank etc.
6 ◯ Visits to places of employment
7 ◯ Other activities
8 ◯ Not applicable

D 4.5 Did you arrange any of the following types of accommodation for those students who required it?
Mark all that apply.

415
1 ◯ Homestay
2 ◯ Residence stays
3 ◯ Commercial accommodations (hotel, motel, etc.)
4 ◯ Other
5 ◯ Not applicable

Staffing

D 5.1 In order to provide this training in English or French as a second or foreign language in Canada, how many staff **(working in Canada)** were there in each of the following categories during the reporting period?

Report the annual average number of staff. If the number of staff in a given category varies throughout the year, obtain the annual average number of staff by *adding the number of staff in a particular category for each month and then dividing by twelve. Count each staff member only once. If some staff members belong to more than one category, report them in the category where they spend most of their working time.*

	Number of staff working in Canada		
	Administrative/ managerial staff	**Teaching staff:** (English or French teachers, teacher's assistants and other teaching staff, teacher advisors)	**Support staff:** (Clerical, technical and other support staff)
Owner(s)	416	424	432
Full-time/full year	417	425	433
Part-time/full year	418	426	434
Contract	419	427	435
Sessional	420	428	436
Casual	421	429	437
Volunteers/Unpaid workers	422	430	438
TOTAL	423 A	431 B	439 C

D 5.2 For each of the following categories, what were the usual number of hours worked in a year by **a typical staff member**? (Include paid vacation and sick leave.) Show the usual number of hours worked for each category for which staff were reported in question D 5.1.

	Usual number of hours worked in a year for a staff member		
	Administrative/ managerial staff	**Teaching staff**	**Support staff**
Owner(s)	440	447	454
Full-time/full year	441	448	455
Part-time/full year	442	449	456
Contract	443	450	457
Sessional	444	451	458
Casual	445	452	459
Volunteers/Unpaid workers	446	453	460

BEST COPY AVAILABLE

D 5.3 What percent of your teaching staff (Total B in Table D 5.1) had the following qualifications:

Qualification :	Percentage of teaching staff with qualification
High School diploma or less	461
College/CÉGEP diploma	462
University degree in Education	463
Other University degree	464
TOTAL TEACHING STAFF	465 100 %

D 5.4 What percent of your teaching staff (Total B in Table D 5.1) had specific training or certification in the teaching of English or French as a second or foreign language?

466 ____ %

D 6.1 During the reporting period, what were the total revenues earned from the provision of training in English or French as a second or foreign language **in Canada**?

Total revenues (in Canadian dollars) 467 _____ . 0 0

D 6.2 What were the sources of the revenues reported in question D 6.1?

Sources of revenues:	Revenues (in canadian dollars)
Tuition fees:	468
Paid by a Canadian or foreign government on behalf of students or for their own employees	A . 0 0
Paid by a business or corporation on behalf of students or for their own employees	469 B . 0 0
Tuition fees paid by students	470 C . 0 0
Charges to the student:	471
For residence, homestay or other accommodation	. 0 0
For touring, recreational or other social activities	472 . 0 0
Other:	473
General programme funding from a municipal, regional, provincial or federal Canadian government	. 0 0
Other sources of revenue	474 . 0 0
TOTAL REVENUES	475 Equal to the total in question D 6.1 . 0 0

D 6.3 During the reporting period, what were the total tuition revenues earned in each of the following course categories?

Tuition revenues earned from providing:	Tuition revenues (in Canadian dollars)
Training in English as a second or foreign language	476 . 0 0
Training in French as a second or foreign language	477 . 0 0
TOTAL	478 Total tuition revenues as reported on lines A+B+C in question D 6.2 . 0 0

D 6.4 During the reporting period, what were the total tuition revenues earned from each of the following student categories?

Tuition revenues earned from providing training for:	Tuition revenues (in Canadian dollars)
Residents of Canada	479 . 0 0
Foreign residents	480 . 0 0
Status unknown	481 . 0 0
TOTAL	482 Total tuition revenues as reported on lines A+B+C in question D 6.2 . 0 0

BEST COPY AVAILABLE

Appendix C: Survey Questionnaire

D 6.5 What were the total revenues earned from the provision of English or French as a second or foreign language **in Canada** for the fiscal years ending in:

483	1997 - Total revenues	. 0 0	OR	484 1 ○	Not in business in 1997
485	1996 - Total revenues	. 0 0	OR	486 1 ○	Not in business in 1996
487	1995 - Total revenues	. 0 0	OR	488 1 ○	Not in business in 1995
489	1994 - Total revenues	. 0 0	OR	490 1 ○	Not in business in 1994

D 6.6 What were the total expenditures related to the provision of training in English or French as a second or foreign language **in Canada** during the reporting period?

Total expenditures (in Canadian dollars) 491 . 0 0

D 6.7 What were the total expenditures related to the training in English or French as a second or foreign language offered **in Canada** for each of the following items?

Types of expenditures:		**Expenditures** (in Canadian dollars)
Salaries and wages	492	. 0 0
Teaching and instructional materials	493	. 0 0
Homestay, residence or other accommodation payments made on behalf of students	494	. 0 0
Payments made for student travel, recreational or social events	495	. 0 0
Operating expenditures (rent, heat, hydro etc.)	496	. 0 0
Marketing expenditures	497	As reported in question B 1.5 . 0 0
Other expenditures	498	. 0 0
TOTAL	499	Equal to the total in question D 6.6 . 0 0

SECTION E - Future development

E 1.1 A number of professional, marketing and lobbying associations and organizations exist which focus on training in English or French as a second or foreign language. Membership in these associations and organizations is usually voluntary. Is this business or organization a member of any of these associations or organizations?

500 1 ○ Yes ▶ How many? 501

2 ○ No

E 1.2 How important are the following items in making the decision to become or not become a member of such an organization or association?
Mark one response for each item.

		Not important	Important	Very important
The mandate or goals of the association or organization	502	1 ○	2 ○	3 ○
The professional credibility of the association or organization	503	1 ○	2 ○	3 ○
The professional credibility it will bring to your own business or organization	504	1 ○	2 ○	3 ○
Membership costs or fees	505	1 ○	2 ○	3 ○
The level of access to new or existing markets that membership will provide	506	1 ○	2 ○	3 ○
The ability to meet with other providers of second language training	507	1 ○	2 ○	3 ○
The ability to share operating information with other providers	508	1 ○	2 ○	3 ○
The ability to form training or marketing partnerships with other providers	509	1 ○	2 ○	3 ○

Other important considerations (please specify)

E 1.3 Training in English or French as a second or foreign language is a growing part of the Canadian education and training sector. In your opinion, how important do you consider each of the following to the future growth of the language training sector in Canada?
Mark one response for each item.

		Not important	Important	Very important	No opinion
Development of national teaching standards	510	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○
Development of national student testing standards	511	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○
The ability to access new learning technologies	512	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○
Development of electronic course materials	513	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○
International competition	514	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○
Access to a larger variety of foreign markets	515	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○
Policies related to the issuance of foreign student visas	516	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○
Government(s) support through policy development	517	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○
Government(s) support through funding programs	518	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○

Other (please specify)

519

SECTION F – Respondents certification

Complete the following section and return the questionnaire to Statistics Canada using the envelope provided.

I certify that the information contained in this report is correct and complete to the best of my knowledge.

Name of person completing this report	Date
Title	Telephone No. (include area code)
Signature	Fax No.

Comments on the Language Training Industry in Canada or the questionnaire in general
Note: If you need more space, please use a separate sheet.

**Thank you for the time and effort you have made in completing this questionnaire.
It is most appreciated.**

8-2200-396

Page 13

92

BEST COPY AVAILABLE

Appendix C: Survey Questionnaire

Glossary of terms used in this survey

Academic preparation: Training in English or French as a second or foreign language that is designed to upgrade a student's skill level in the language so that they may register or pursue an education at a Canadian CÉGEP, college or university.

Agent: An independent business person who, on a contractual or "for fee" basis, represents and markets the products or services of other businesses to the public. No training is offered by an agent.

Branch: A local administrative division or office of a larger business. While a branch office may have an on-site teaching component, it will also be responsible for the local administrative aspects of the business or organization (record keeping, banking, etc.). Not to be mistaken for an off-site "teaching location" which will have a teaching component only and no administrative responsibilities. Teaching locations are typically rented rooms in buildings throughout the city, which may make student access easier. A "teaching location" is not a branch or branch office.

Campus: When a public or private CÉGEP, college or university accepts registrations and offers classes at more than one location, each location is referred to as a campus. Each location must have both administrative (accepts registrations) and teaching activities to be considered a "campus" for this questionnaire.

CÉGEP: A CÉGEP is a general or vocational post-secondary program found only in the province of Québec. (CÉGEP stands for Collège d'enseignement générale et professionnelle)

Charitable organization: A charitable organization can be a registered charity, private foundation, or public foundation as defined in the Income Tax Act, that is resident in Canada and was either established or created in Canada, or a branch, section, parish, congregation or other division of an organization or foundation as described above that is resident in Canada and was either created or established in Canada and that receives donations on its own behalf. A charitable organization may issue tax receipts for donations or memberships fees.

Contract staff: Workers hired to perform a task for a pre-determined period of time.

Casual staff: Workers hired to perform a task on an on-call basis.

EDU-travel: A programme designed for travellers and tourists where increasing oral fluency in the second or foreign language is a stated objective within the travel activities.

English or French as a second or foreign language: Training or courses designed to offer students whose first language is not English, training in the English language or students whose first language is not French, training in the French language. These courses may be at any skill level. People in the industry often refer to these English or French courses as learning a "foreign" language if the student is from **outside** Canada.

Freelance teacher or tutor: A person, usually self-employed, who offers their services as a teacher or tutor of English or French as a second language on a temporary or contract basis to businesses or individuals.

Homestay: Accommodation arrangements where a student from another province or another country stays with a local Canadian family while taking a second language training course. These kinds of accommodation arrangements may be made by the second language training provider, the student or by some other party.

Informal arrangement: An agreement between two or more organisations, that is not part of a legal contract, to promote, refer to, assist or otherwise aid in the business affairs of the other party.

Language training: For the purposes of this survey, language training activities refer only to those activities which increase the oral, written, grammatical or analytic skills of the student in English or French as a second or foreign language. It excludes speech therapy, sign language and any other training designed to improve first language skills. It also excludes English or French language courses that an employer may have offered to its own employees through its Human Resources Division.

Legal agreement/contract: For the purposes of this survey, a signed contract, that is legally binding, between two or more organizations who have agreed to promote their services, refer to, assist or otherwise aid in the business affairs of the other party(s) in the contract.

Not-for Profit organization: An association or society that is organised and operated exclusively for social welfare, civic improvement, pleasure, or recreation or any other purpose except profit. It is not a registered charity. It cannot issue tax receipts for donations or membership fees.

Partnership: For the purposes of this survey, a partnership refers to a legal or informal agreement between two or more organizations to market or promote the activities of the other party. This may include agreements to act as a referral service to share expenditures or other resources, or engage in other activities which market or promote the training activities.

Private language schools: Commercial businesses whose main activity is providing second or foreign language training (the language training may be in any language where the intent is to have the student learn a language other than their first language or mother tongue).This survey is focused on private language schools who train students in English or French as a second or foreign language.

Professional reasons: Training designed to teach either English or French as a second or foreign language to individuals or groups who wish to increase their language skills in order to use them in their career or profession. It will include members of a professional group (doctors, engineers, accountants etc.) who wish to develop their language skills within a specific professional vocabulary.

Residence stays: Students of English or French as a second or foreign language who undertake their language course(s) at a post-secondary institution may have accommodation arrangements at the student residences of the institution.

Self-employed: (see Freelance)

Self-guided learning: A program designed for students who wish to progress at their own speed through the levels of skill. Self-guided learning students are typically able to have texts, tapes or other written/audio-visual aides to learn from at home. There may be exams which can be written but there will not be individual or group instruction associated with self-guided learning.

Sessional staff: A contract which specifies a certain number of hours (per week, in total, etc.) or courses that will be covered by a trainer over a certain time period. This category of staff is typically found in public post-secondary education institutions.

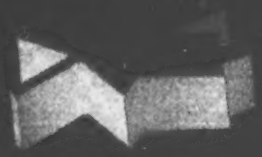
BEST COPY AVAILABLE

Patrimoine canadien | Canadian Heritage

Statistique Canada | Statistics Canada

NOUVELLES PERSPECTIVES CANADIENNES

Un profil des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde



94

Canada

BEST COPY AVAILABLE

Patrimoine canadien | Canadian Heritage

Statistique Canada | Statistics Canada

NOUVELLES PERSPECTIVES CANADIENNES

Un profil des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde

Préparé par la Section de la formation et de l'éducation continue,
Centre de la statistique de l'éducation, Statistique Canada, 1999

L'Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère, ainsi que ce rapport, ont été réalisés en vertu d'un contrat passé avec le ministère du Patrimoine canadien, Industrie Canada, Formation linguistique Canada, la Commission canadienne du tourisme et le Réseau des centres d'éducation canadiens.

Canada

95

Nota : Dans la présente publication, les termes de genre masculin utilisés pour désigner des personnes englobent à la fois les femmes et les hommes.

Les opinions exprimées dans la présente publication sont celles de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement les vues ni les politiques du gouvernement fédéral.

Données de catalogage avant publication (Canada)

Un profil des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde

(Nouvelles perspectives canadiennes, ISSN 1203-8903)
Texte en anglais et en français disposé tête-bêche.
Titre de la p. de t. addit.: A profile of the providers of training in English or French as a second language.
ISBN 0-662-64742-4
No de cat. CH3-2/11-2000

1. Langage et langues -- Étude et enseignement -- Canada.
2. Anglais (Langue) -- Étude et enseignement -- Allophones -- Canada.
3. Français (Langue) -- Étude et enseignement -- Allophones -- Canada.
4. Écoles de langues -- Canada.

I. Canada. Patrimoine canadien.
II. Coll.

P57.C3P76 2000 407.1'0971 C00-980098-0F

© Ministère des travaux publics et des services gouvernementaux Canada, 2000

REMERCIEMENTS

Nous tenons à exprimer notre gratitude aux organismes suivants : le ministère du Patrimoine canadien, Industrie Canada, Formation linguistique Canada, la Commission canadienne du tourisme et le Réseau des centres d'éducation canadiens, pour avoir financé l'enquête et ce rapport. Nous sommes particulièrement reconnaissants envers Elaine Armstrong, Hélène Cormier, Mary-Jo Lynch, Maria Riccio, Dick Stanley et Blair Stevens pour leurs précieux commentaires. Nous sommes aussi reconnaissants envers toutes les écoles qui ont participé à cette enquête de même que les représentants d'associations qui ont fourni de précieux renseignements lors de la période de consultation.

Nous adressons également des remerciements à Lisa Shipley et à Shiang Ying Dai, qui ont élaboré la base de sondage et conçu le questionnaire avec l'aide de Lia Gendron, Marianne Gossen, Lisa Verdon et Jackie Yiptong.

Un merci très spécial à Martine Lafrenière, qui a supervisé la collecte des données et a produit tous les tableaux et graphiques.

Barbara Campbell et
Robert Couillard
Centre de la statistique de l'éducation
Statistique Canada

PRÉFACE MÉTHODOLOGIQUE

Bien que l'on n'ait pas ménagé les efforts pour recueillir des informations, le taux de réponse était de 46 p. cent. De nombreux facteurs expliquent pourquoi ce taux est si faible : la longueur du questionnaire; la difficulté, pour de nombreux répondants, d'extraire l'information des dossiers; le manque de temps pour compléter le questionnaire durant les heures de travail, et même une certaine hésitation à fournir les renseignements demandés parce qu'ils craignaient de révéler des informations confidentielles à la concurrence. En raison du faible taux de réponse ainsi que de la variation régionale du nombre de répondants, la plupart des données ne sont pas suffisamment fiables pour permettre une analyse au niveau provincial ou régional.

Toute comparaison entre a) les établissements publics et privés b) les établissements offrant l'anglais langue seconde ou étrangère, le français langue seconde ou étrangère et les deux à la fois, et c) les activités domestiques et étrangères doit être traitée avec grande circonspection; toute fluctuation dans le taux de réponse aurait mené à des conclusions différentes.

De plus, la présente analyse n'est pas seulement fondée sur des établissements offrant une formation exclusivement en anglais ou en français comme langue seconde, certains établissements offrant les deux formations.

TABLE DES MATIÈRES

Remerciements i
Table des matières iii
Faits saillants 1
Introduction 5

1 : Vue d'ensemble du secteur 9
Demande de formation linguistique 9
Éventail des services offerts en 1998 9
Nombre d'années d'enseignement de l'anglais 11
Nombre d'années d'enseignement du français 13
Type d'établissement 15
Répartition géographique des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde 17
Fréquence de prestation des services 17
Recettes 19
Inscriptions 21
Personnel 23
Tendance des inscriptions 23
Tendance des recettes 25
Données globales corrigées pour le secteur 25

2 : Services offerts par le secteur de la formation en anglais ou en français langue seconde et techniques de marketing utilisées 29
La formation en langue seconde : une industrie de services 29
Services d'enseignement 29
Services additionnels 33
Variabilité des services additionnels selon la région 34

Variabilité des services additionnels selon le type d'établissement 35
Services d'hébergement 36
Techniques de marketing 37
Dépenses de marketing 39
Régions du monde ciblées pour des activités de marketing 41
Marchés émergents 42
Partenariats en marketing 43
Participation à des associations 44

3 : Le secteur canadien de la formation en anglais ou en français langue seconde et les marchés étrangers 49
Concurrence mondiale 49
Section A : Établissements canadiens ayant des activités à l'étranger 49
Volume d'activité à l'extérieur du Canada 51
Inscriptions à l'extérieur du Canada 52
Personnel travaillant à l'extérieur du Canada 53
Section B : Inscriptions d'étudiants étrangers au Canada 54
Lieu d'origine des étudiants étrangers 58
Profil des étudiants étrangers 59
Recettes provenant des droits de scolarité versés par les étudiants étrangers 62

4 : Questions concernant l'enseignement des langues secondes 65
L'enseignement dans une économie du savoir 65
Méthodes pédagogiques 65
Outils d'enseignement 67
Évaluation de l'importance de divers facteurs pour l'avenir du secteur 69

Conclusion 71

Appendice A : Tableaux statistiques 73
Appendice B : Méthodologie de l'enquête et qualité des données 81
Appendice C : Questionnaire d'enquête 85

FAITS SAILLANTS

Ce rapport contient les résultats de l'Enquête de 1998 auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada. Cette enquête avait pour objet de recueillir de l'information à l'échelle nationale, et si possible à l'échelle régionale, sur la taille et les caractéristiques du secteur et sur la participation des étudiants étrangers.

PRINCIPALES CONSTATATIONS

Le secteur

- Le secteur comprend 331 écoles privées et 159 établissements publics offrant des services de formation en langue seconde d'une valeur approximative de 300 millions de dollars.
- Le secteur de la formation en langue seconde est une jeune industrie en voie d'expansion. La moitié des établissements ont moins de dix années d'existence. Au cours des quatre dernières années, le nombre des inscriptions s'est accru en moyenne de 18 p. cent.
- L'enseignement de l'anglais est offert par 61 p. cent des établissements, ce qui constitue le gros de la formation linguistique offerte au pays.
- Du point de vue régional, les fournisseurs de formation linguistique sont concentrés au Québec (33 p. cent), en Ontario (28 p. cent) et en Colombie-Britannique (23 p. cent). Les régions de l'Atlantique et des Prairies comptent 6 et 10 p. cent des établissements respectivement.

- Le secteur de la formation linguistique comprend beaucoup de petites entreprises. Plus de 39 p. cent des établissements ont des revenus inférieurs à 200 000 dollars. Les établissements publics sont, en moyenne, plus gros que les écoles privées.
- Selon les estimations, le secteur emploie plus de 11 000 personnes. Près du tiers (32 p. cent) sont des travailleurs à plein temps et 23 p. cent, des travailleurs à temps partiel. Le personnel à forfait et à la session constitue un autre tiers de l'effectif, tandis que les travailleurs occasionnels et les travailleurs bénévoles comptent pour 12 p. cent du total.
- Le nombre moyen d'employés par établissement est de 28, mais près de 40 p. cent des établissements comptent moins de 10 employés.

La clientèle

- Selon les estimations, le nombre des inscriptions à des cours hors compte (non crédités) d'anglais ou de français langue seconde s'élevait à environ 290 000 en 1998. Les étudiants étrangers représentaient 39 p. cent de ce total.
- Environ 6 p. cent des établissements ont des activités à l'étranger.
- La préparation scolaire ou universitaire est la principale raison que déclarent les étudiants étrangers pour suivre une formation en langue seconde. Chez les Canadiens, les employés d'organismes publics constituent la plus grande part de la clientèle des fournisseurs de formation en langue seconde.
- Les fournisseurs de formation en langue seconde recourent à diverses techniques de marketing pour attirer la clientèle. Ils comptent sur les documents écrits dans une proportion de 94 pour cent et sur les contacts personnels dans une proportion de 85 p. cent. Les documents électroniques, en particulier les pages Web, sont aussi largement utilisés, puisque 81 p. cent des établissements disent recourir à ce moyen.
- Le marketing représente 6 p. cent des dépenses totales. Les activités de marketing sont conduites surtout au Canada, en Asie, ainsi qu'en Amérique du Sud et en Amérique centrale, mais l'Europe est un marché naissant.

Services offerts

- Les deux tiers des fournisseurs de formation en langue seconde sont spécialisés dans la formation linguistique, c'est-à-dire qu'ils n'offrent pas d'autres services linguistiques, tels que la traduction ou l'interprétation par exemple.
- Quatre-vingt-trois p. cent (83 p. cent) des établissements offrent, en plus des services de formation, des activités de type culturel, des activités de la vie quotidienne, des activités touristiques, etc.
- Des services d'hébergement sont également offerts par 57 pour cent des établissements. L'hébergement en maison privée est le type d'hébergement le plus couramment offert par les établissements privés et publics.
- Tandis que la proportion des établissements qui offrent de la formation en groupe est la même (96 p. cent) dans le secteur privé et le secteur public, les établissements privés recourent beaucoup plus à la formation individuelle que les établissements publics (89 p. cent contre 59 p. cent).

Évolution du secteur

- Tandis qu'une assez forte majorité de répondants (81 p. cent) s'attendent à un appui des gouvernements sous la forme de politiques de développement ou de programmes de subvention, ces mêmes répondants sont, en règle générale, moins enclins à soutenir l'introduction de mesures de réglementation telles que l'élaboration de normes d'évaluation des étudiants (56 p. cent) ou de normes nationales pour l'enseignement (66 p. cent).

INTRODUCTION

CONTEXTE

Depuis une vingtaine d'années, la plupart des pays subissent de nombreuses transformations économiques, sociales et technologiques qui obligent les gens, et en particulier les travailleurs, à s'adapter à un nouvel environnement. Au Canada, plus de six millions d'adultes se sont inscrits à un cours organisé ou à un programme d'études en 1997 dans le but de se perfectionner. Ils ont fréquenté un établissement public ou une école privée, ou encore ils ont reçu une formation en milieu de travail, ce qui a favorisé le développement de l'industrie de la formation[1]. Du reste, celle-ci a mis au point de nouveaux programmes d'études pour répondre aux besoins d'une clientèle variée, parmi laquelle on trouve des personnes qui veulent apprendre une nouvelle langue. Avec le temps, la demande de formation en anglais s'est accrue partout dans le monde. Parallèlement, les fournisseurs canadiens de formation linguistique ont développé une expertise dans la prestation des cours d'anglais ou de français; cependant, on ne possédait pas d'informations sur les caractéristiques de ces fournisseurs et la taille du marché.

C'est dans ce contexte que Statistique Canada a exécuté en 1998 une enquête envoi/retour par la poste qui s'adressait aux fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère (Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998). L'enquête avait été commandée par le ministère du Patrimoine canadien, avec l'appui

1. Statistique Canada, *Enquête sur l'éducation et sur la formation des adultes, 1998.*

d'Industrie Canada, de la Commission canadienne du tourisme, de Formation linguistique Canada et du Réseau des centres d'éducation canadiens.

L'enquête avait principalement pour objet :

- de recueillir des renseignements sur l'industrie de la formation linguistique, afin de mesurer la taille de cette industrie et l'apport des étudiants étrangers;
- de fournir aux décideurs les outils nécessaires à l'élaboration des politiques pertinentes;
- de produire à l'intention des fournisseurs de formation en langue seconde un profil de leur industrie.

POPULATION CIBLE

La population cible de l'Enquête comprenait tous les établissements publics ou privés qui offraient des cours hors compte (non crédités) ou des programmes de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère[2]. Les écoles privées étaient définies comme des entreprises commerciales (à but lucratif) dont l'activité principale est la prestation de services de formation en anglais ou en français. Par ailleurs, les établissements publics comprenaient les collèges et les universités, et les établissements affiliés, qui offraient une formation en anglais ou en français langue seconde en dehors des programmes réguliers. De façon générale, les établissements qui offrent ce type de formation ont créé une entité distincte à cette fin et celle-ci fonctionne selon le mode de recouvrement des coûts. Étant donné que les commissions scolaires s'adressent surtout à une clientèle locale, plus jeune, elles ont été exclues du champ de l'enquête. Les COFI au Québec étaient exclus du champs de l'enquête.

2. L'anglais ou le français sont considérés comme une langue seconde lorsqu'ils sont enseignés à des Canadiens et comme une langue étrangère lorsque l'étudiant est un étranger.

STRUCTURE DU RAPPORT

Cette introduction expose brièvement le contexte dans lequel a été produit ce rapport. Elle présente aussi les objectifs de l'enquête et elle définit l'industrie de la formation selon les termes de l'enquête.

Le chapitre 1 fournit une description de l'industrie de la formation en anglais ou en français langue seconde (recettes totales, nombre d'inscriptions, nombre d'employés, et quelques autres caractéristiques). Il présente aussi l'industrie selon le type d'activités et le taux de croissance enregistré ces dernières années.

Le chapitre 2 traite des services offerts et des techniques de marketing utilisées dans l'industrie.

Le chapitre 3 contient de l'information qui permet de mesurer l'importance des marchés étrangers pour cette industrie (nombre d'étudiants étrangers qui étudient au Canada, volume des activités à l'étranger).

Le chapitre 4 examine certaines questions touchant la formation en anglais ou en français langue seconde, notamment les méthodes pédagogiques et les outils d'enseignement, et les effets probables de certaines mesures sur la croissance de l'industrie.

Enfin, dans la conclusion, on passe en revue les résultats de l'enquête et on fait des recommandations pour la réalisation des futures enquêtes.

Trois appendices terminent le rapport : le premier (A) est un appendice statistique, le deuxième (B) expose la méthodologie de l'enquête et le troisième (C) contient une copie du questionnaire utilisé pour recueillir les données.

1. VUE D'ENSEMBLE DU SECTEUR

DEMANDE DE FORMATION LINGUISTIQUE

La dualité linguistique du Canada a favorisé le développement d'une infrastructure des services linguistiques en anglais et en français et d'une expertise reconnue partout dans le monde. Tandis que les Canadiens ont commencé depuis un certain temps déjà à étudier l'une ou l'autre langue officielle, le nombre croissant d'étudiants étrangers qui profitent de notre infrastructure de services linguistiques nous permet de croire que notre investissement dans la formation linguistique crée des retombées économiques. En supposant que les politiques d'immigration canadiennes continuent d'attirer des immigrants[3] qui ne parlent ni anglais ni français et que la mondialisation des échanges continue de stimuler l'apprentissage de plusieurs langues, nous avons de bonnes raisons de croire que le secteur canadien de la formation linguistique continuera de progresser.

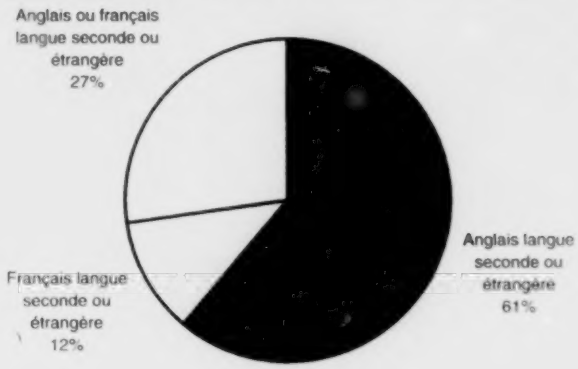
ÉVENTAIL DES SERVICES OFFERTS EN 1998

L'Enquête a servi à recueillir des données sur la nature de la formation linguistique offerte : anglais langue seconde ou étrangère, français langue seconde ou étrangère, les deux à la fois. La majorité des répondants (61 p. cent) disent offrir de la formation en anglais langue seconde, tandis que 12 p. cent offrent de la formation en français langue seconde et 27 p. cent offrent de la formation dans les deux langues.

3. Selon le recensement de 1996, 13 p. cent des personnes ayant immigré au Canada entre 1991 et 1996 ne parlaient ni anglais ni français. CD ROM du Recensement de 1996, Statistique Canada, 94F0009XDB96191.

Parmi les établissements publics, 64 p. cent offrent de la formation en anglais langue seconde, 15 p. cent, de la formation en français langue seconde et 22 p. cent, de la formation dans les deux langues. Les établissements privés sont proportionnellement un peu moins nombreux à offrir de la formation en anglais langue seconde (59 p. cent) ou en français langue seconde (10 p. cent), mais ils sont beaucoup plus nombreux (31 p. cent) que les établissements publics à offrir de la formation dans les deux langues.

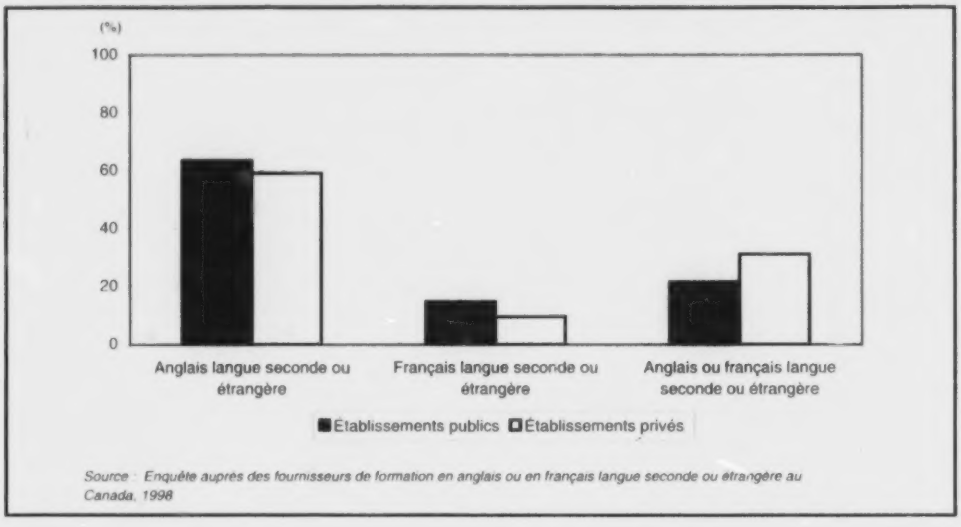
Figure 1.1 - Répartition des établissements offrant de la formation en langue seconde, selon la formation offerte, Canada, 1998



Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

BEST COPY AVAILABLE

Figure 1.2 - Répartition des établissements offrant de la formation en langue seconde, selon la formation offerte et le type d'établissement, Canada, 1998



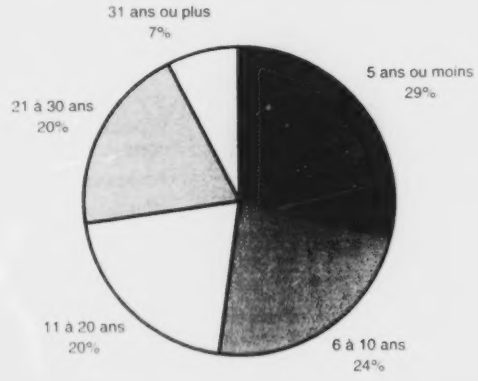
Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

NOMBRE D'ANNÉES D'ENSEIGNEMENT DE L'ANGLAIS

L'Enquête indique l'année où chaque établissement a commencé à offrir de la formation en anglais ou en français langue seconde. Cette information permet de connaître l'âge des différents types d'établissements. Ainsi les réultats montrent que l'enseignement de l'anglais langue seconde ou étrangère est un secteur d'activités relativement jeune au Canada, mais plein d'avenir. Plus du quart (29 p. cent) des répondants offrent de la formation en anglais langue seconde depuis 5 ans ou moins. Ils constituent le plus gros groupe dans l'industrie de l'enseignement de l'anglais langue seconde. Près du quart des répondants (24 p. cent) donnent des cours d'anglais langue seconde depuis 6 à 10 ans. En somme, plus de 50 p. cent des établissements offrant de la formation en anglais langue seconde exercent cette activité depuis 10 ans ou moins. Seulement 27 p. cent des établissements disent offrir de la formation depuis 21 ans ou plus.

BEST COPY AVAILABLE

Figure 1.3 - Répartition des établissements offrant de la formation en anglais langue seconde, selon le nombre d'années en opération, Canada, 1998

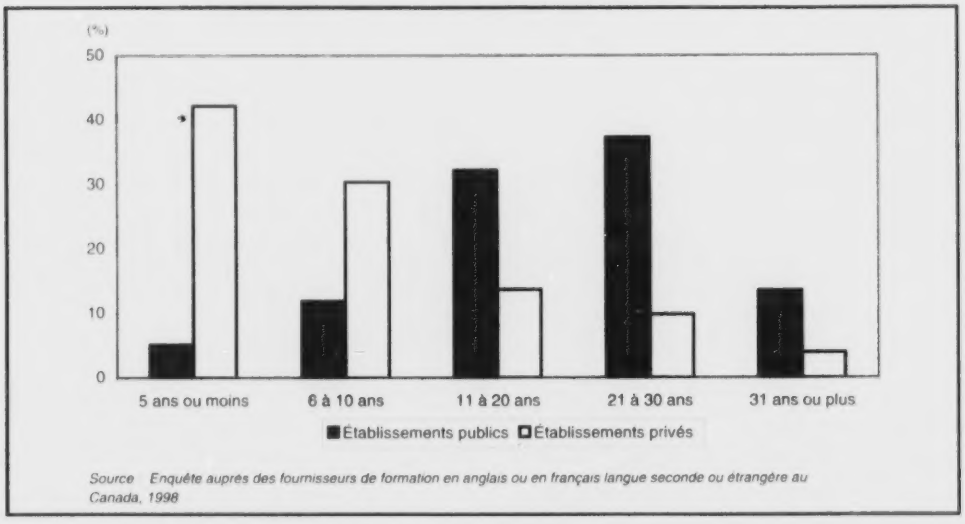


Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Cependant, on note des différences importantes entre les établissements publics et les établissements privés qui offrent de la formation en anglais langue seconde. En effet, seulement 17 p. cent des établissements publics offrent de la formation depuis 10 ans ou moins. En outre, une proportion d'établissements publics aussi élevée que 51 p. cent exercent cette activité depuis 21 ans ou plus. La répartition des établissements privés est presque à l'opposé de celle des établissements publics. Plus de 72 p. cent des répondants du secteur privé disent être en affaires depuis 10 ans ou moins, et seulement 14 p. cent des répondants disent offrir de la formation linguistique depuis 21 ans ou plus. De façon générale, les établissements publics sont plus vieux que leurs équivalents du secteur privé.

BEST COPY AVAILABLE

Figure 1.4 - Répartition des établissements offrant de la formation en anglais langue seconde, selon le nombre d'années en opération et le type d'établissement, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

NOMBRE D'ANNÉES D'ENSEIGNEMENT DU FRANÇAIS

L'enseignement du français langue seconde ou étrangère est lui aussi un jeune secteur prometteur au Canada. Exactement le quart des répondants disent offrir de la formation en français langue seconde depuis 5 ans ou moins. À peine le cinquième des établissements disent exercer cette activité depuis 6 à 10 ans. Un peu moins de la moitié des établissements enseignant le français langue seconde exercent cette activité depuis 10 ans ou moins. Par ailleurs, 37 p. cent des établissements offrent de la formation en français depuis 21 ans ou plus.

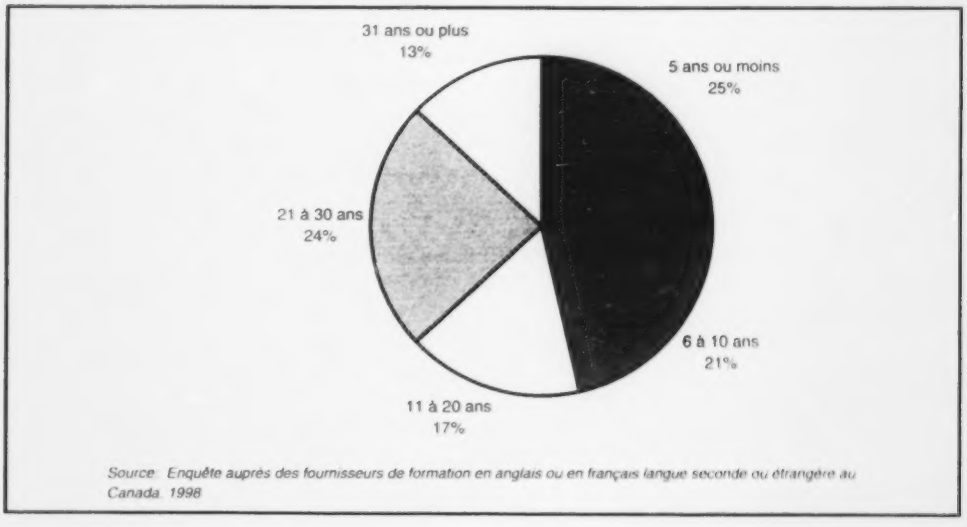
De façon générale, les établissements offrant de la formation en français semblent plus anciens que ceux offrant de la formation en anglais. Toutefois, cette affirmation tend peut-être à simplifier à l'extrême le portrait du secteur, puisque 27 p. cent de tous les établissements offrent de la formation dans les deux langues officielles (anglais ou français langue seconde ou étrangère).

Lorsqu'on sépare les établissements donnant des cours de français langue seconde en établissements publics et en établissements privés,

BEST COPY AVAILABLE

on retrouve, à un degré moindre, les différences dans le nombre d'années d'enseignement observées pour les établissements offrant de la formation en anglais. Tandis que 23 p. cent des établissements publics offrent de la formation en français langue seconde depuis 10 ans ou moins, la proportion correspondante chez les établissements privés est de 59 p. cent. En revanche, si 56 p. cent des établissements publics disent offrir des cours de français langue seconde depuis au moins 21 ans, une proportion beaucoup plus faible d'établissements privés (26 p. cent) disent être en exploitation depuis aussi longtemps. En somme, comme pour le secteur de l'enseignement de l'anglais langue seconde, les établissements publics sont généralement plus vieux que les établissements privés. Une fois de plus, puisque certains des établissements offrant la formation à la fois en anglais et en français sont inclus dans la Figure 1.5, les résultats ne reflètent pas la répartition du nombre d'année des établissements offrant de la formation seulement en français.

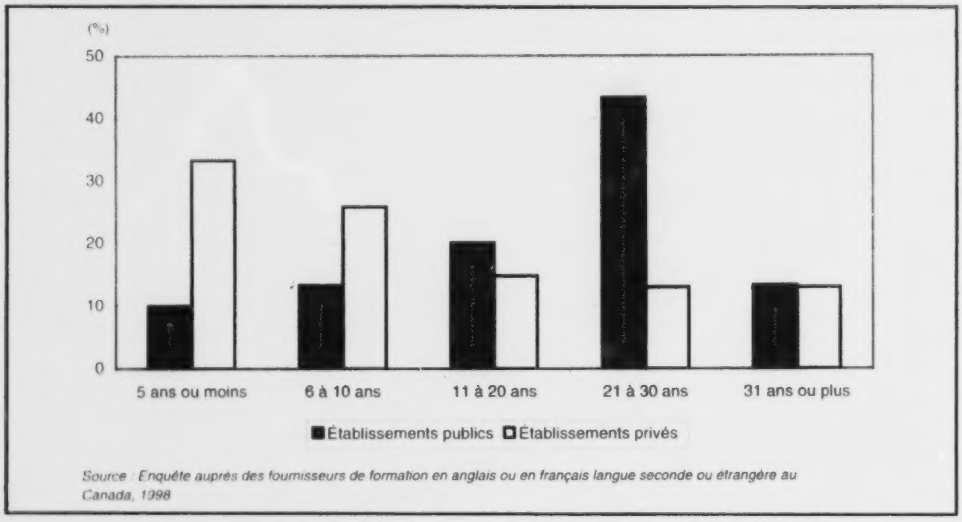
Figure 1.5 - Répartition des établissements offrant de la formation en français langue seconde, selon le nombre d'années en opération, Canada, 1998



Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

BEST COPY AVAILABLE

Figure 1.6 - Répartition des établissements offrant de la formation en français langue seconde, selon le nombre d'années en opération et le type d'établissement, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

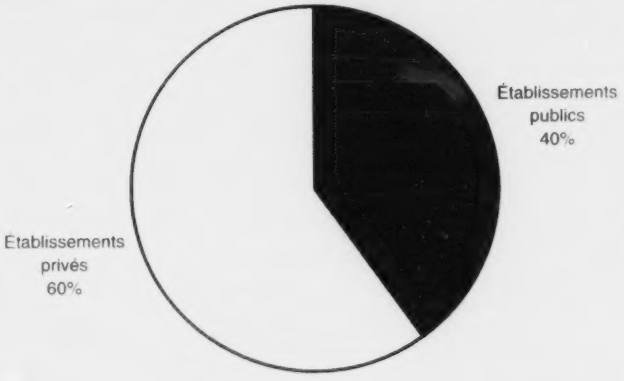
TYPE D'ÉTABLISSEMENT

Le secteur de la formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère se distingue principalement par la répartition des établissements entre le secteur privé et le secteur public. Parmi les participants à l'enquête, 40 p. cent sont des établissements publics et 60 p. cent, des écoles de langues privées[4].

4. Toutefois, la répartition basée sur l'inventaire complet des écoles est différent : 32 p. cent des établissements sont publics et 68 p. cent des établissements sont privés.

BEST COPY AVAILABLE

Figure 1.7 - Répartition des établissements offrant de la formation en anglais ou en français langue seconde, selon le type d'établissement, Canada, 1998



Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

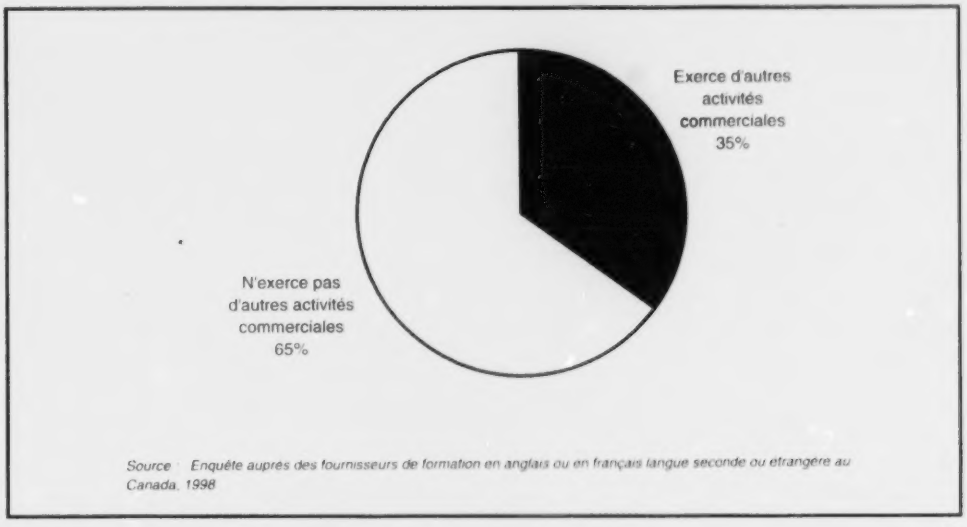
Les deux tiers des établissements privés[5] se spécialisent dans la formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère, c'est-à-dire qu'ils n'exercent pas d'autres activités commerciales. Par contre, le tiers des établissements disent exercer d'autres activités. Bien que le questionnaire d'enquête ne demandait pas aux répondants d'indiquer quelles autres activités ils exerçaient, il est notoire que les services de traduction et d'interprétation ont un rapport étroit avec les services de formation linguistique. Le marketing de créneaux[6], dans certains domaines liés à la formation linguistique, est une activité qui mérite notre attention, à cause des exigences de plus en plus grandes de la clientèle. Les données concernant les autres activités commerciales liées à la formation en anglais ou en français langue seconde nous renseignent sur la complexité de la structure du secteur de la formation en langue seconde.

5. Cette question s'adressait uniquement aux établissements privés.

6. Manley, John et Paul Martin. *Pour l'essor de la petite entreprise*, Industrie Canada, Ottawa, 1994, p. 30.
Le marketing de créneaux est présenté comme l'une des caractéristiques de la nouvelle économie, en même temps que la mondialisation des échanges, l'importance des services, la haute technicité, l'avantage concurrentiel indépendant de la taille, et le changement rapide et permanent.

BEST COPY AVAILABLE

Figure 1.8 - Répartition des établissements privés, selon le type d'activités commerciales, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES FOURNISSEURS DE FORMATION

Le Québec, l'Ontario et la Colombie-Britannique dominent le secteur de la formation en anglais ou en français langue seconde. Parmi les établissements ayant participé à l'enquête, 30 p. cent exercent leur activité en Ontario, 25 p. cent au Québec et 24 p. cent en Colombie-Britannique et dans les Territoires. Le reste des participants est réparti entre les Prairies (14 p. cent) et la région de l'Atlantique (7 p. cent)[7].

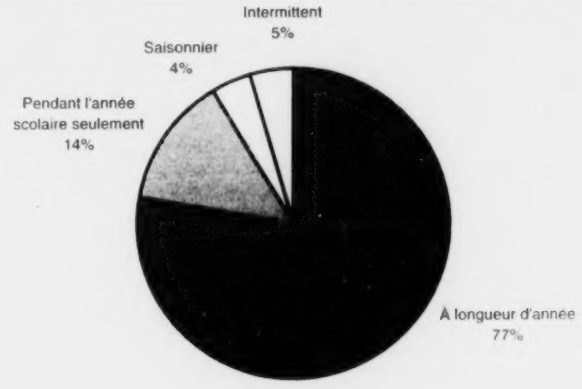
FRÉQUENCE DE PRESTATION DES SERVICES

La plupart des répondants (78 p. cent) disent offrir des services de formation linguistique à longueur d'année ou de façon continue. Une proportion plus modeste d'établissements (14 p. cent) offrent de la formation pendant l'année scolaire ou universitaire seulement, une très faible proportion (4 p. cent) offrent de la formation de façon saisonnière et une proportion égale offrent de la formation de façon intermittente ou sur demande; cette répartition reflète probablement le large éventail des besoins en formation linguistique.

7. Pour connaître la répartition géographique des établissements d'après les résultats du dénombrement, voir l'appendice B.

BEST COPY AVAILABLE

Figure 1.9 - Répartition des établissements, selon le mode de fonctionnement, Canada, 1998

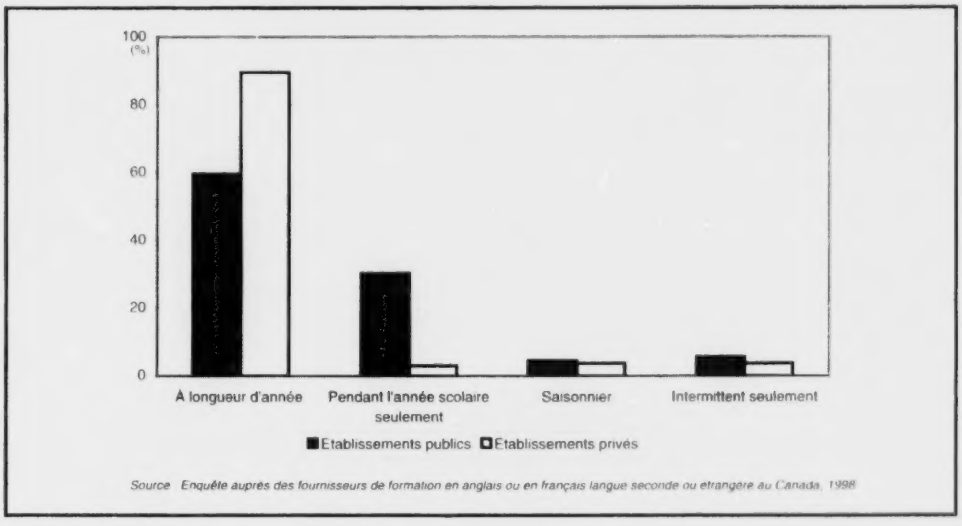


Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Cependant, les établissements privés sont proportionnellement beaucoup plus nombreux que les établissements publics à offrir de la formation à longueur d'année ou de façon continue. Seulement 60 p. cent des établissements publics ayant participé à l'enquête disent offrir des cours à longueur d'année, et un autre groupe, dont la proportion atteint 30 p. cent, disent offrir de la formation pendant l'année scolaire ou universitaire seulement. À l'opposé des établissements publics, les établissements privés ayant participé à l'enquête disent offrir de la formation à longueur d'année ou de façon continue dans une proportion de 90 p. cent, et seulement 3 p. cent des établissements privés le font pendant l'année universitaire seulement. De fait, les établissements privés comptent plus d'étudiants étrangers parmi leur clientèle, ce qui explique peut-être qu'ils restent ouverts durant la saison estivale ou hors de l'année universitaire.

BEST COPY AVAILABLE

Figure 1.10 - Répartition des établissements, selon le mode de fonctionnement et le type d'établissement, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

RECETTES

Les établissements ayant participé à l'enquête ont déclaré des recettes totales d'environ 153 millions de dollars pour 1998[8]. Les fournisseurs de formation linguistique ont diverses sources de recettes, à savoir les droits de scolarité, les frais imposés à l'étudiant (pour le séjour en résidence, en maison privée ou ailleurs, pour les activités touristiques et récréatives ou d'autres activités sociales), et d'autres sources telles que les subventions des divers niveaux de gouvernement. La plus importante source de recettes sont les droits de scolarité. Les participants à l'enquête disent tirer 72 p. cent de leurs recettes au titre de la formation linguistique des droits de scolarité.

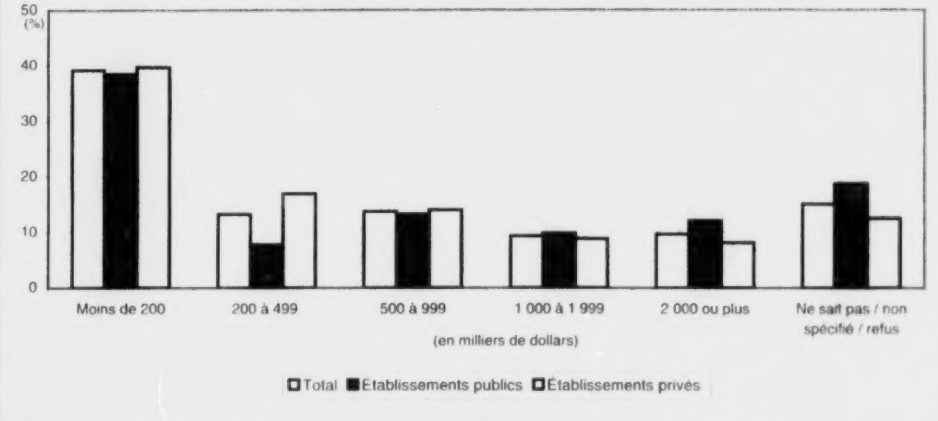
La répartition des établissements publics et des établissements privés selon le niveau des recettes ne révèle pas beaucoup de différences dans la structure de chaque sous-secteur. Pour la catégorie de recettes la plus basse (recettes totales au titre de la formation linguistique inférieures à 200 000 dollars), les proportions pour les établissements publics et privés sont très comparables (39 p. cent et 40 p. cent

8. On trouvera plus loin dans ce chapitre une estimation des recettes de l'ensemble du secteur (c.-à-d. une estimation qui tient compte des établissements qui n'ont pas participé à l'enquête).

BEST COPY AVAILABLE

respectivement). En ce qui concerne les établissements ayant des recettes totales entre 200 000 et 499 999 dollars, les établissements privés sont proportionnellement deux fois plus nombreux que les établissements publics (17 p. cent contre 8 p. cent) de la même catégorie. Les proportions pour les établissements publics et privés sont très comparables aux autres catégories d'établissements déclarant des recettes de taille moyenne.

Figure 1.11 - Répartition des établissements, selon les recettes totales provenant de la formation dispensée en anglais ou en français langue seconde au Canada et le type d'établissement, Canada, 1998



Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

En revanche, les établissements publics sont proportionnellement plus nombreux que les établissements privés (12 p. cent contre 8 p. cent) dans la catégorie de recettes supérieures (2 millions de dollars ou plus). Bien qu'il y ait de fortes variations dans les recettes des fournisseurs de formation linguistique au Canada, on peut retenir les moyennes ci-dessous comme des valeurs-repères approximatives pour les recettes des établissements ayant participé à l'enquête en 1998.

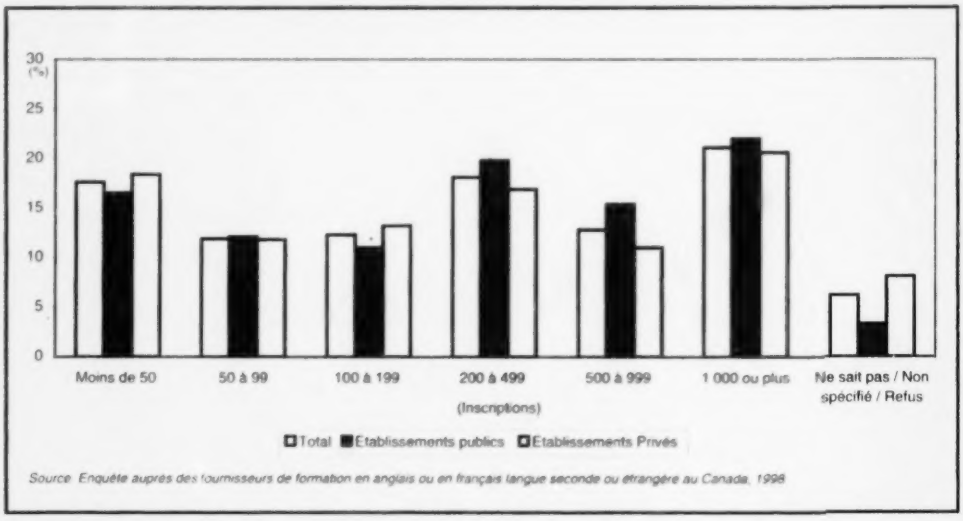
- Pour l'ensemble des établissements, recettes moyennes de 792 000 dollars.
- Pour les établissements publics, recettes moyennes de 980 000 dollars.
- Pour les établissements privés, recettes moyennes de 669 000 dollars.

BEST COPY AVAILABLE

INSCRIPTIONS

Les établissements ayant participé à l'enquête ont déclaré environ 164 000 inscriptions en 1998[9]. La grande majorité d'entre eux (60 p. cent) ont moins de 500 inscriptions par année. Treize p. cent des établissements ont un nombre d'inscriptions qui varie entre 500 et 999, mais 21 p. cent déclarent un nombre d'inscriptions supérieur à 1 000. Étonnamment, on note peu de différence dans la répartition des établissements publics et privés selon le nombre d'inscriptions.

Figure 1.12 - Répartition des établissements, selon le nombre d'inscriptions et le type d'établissement, Canada, 1998



Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

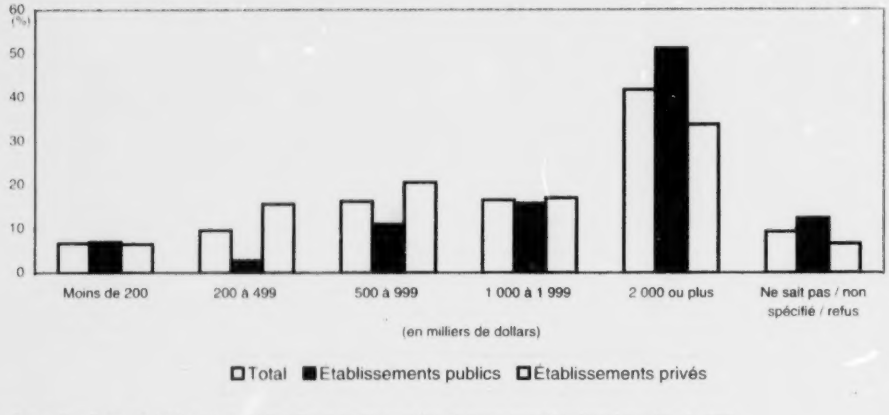
Lorsqu'on examine la répartition des inscriptions[10] selon le niveau de recettes, on remarque que pour la catégorie de recettes inférieures (moins de 200 000 dollars), la proportion des inscriptions est à peu près la même pour les établissements publics et les établissements privés (7 p. cent et 6 p. cent respectivement), comme c'était le cas plus tôt pour les recettes totales provenant de la formation dispensée. Par

9. On trouvera plus loin dans ce chapitre une estimation du nombre d'inscriptions pour l'ensemble du secteur (c.-à-d. une estimation qui tient compte des établissements qui n'ont pas participé à l'enquête).
10. La plupart des établissements ne possèdent pas de données sur le nombre même d'étudiants ou de personnes. Ils ne conservent que les données relatives aux inscriptions. Or, comme un étudiant peut s'inscrire à plus d'un cours ou à plus d'un programme durant une année, il n'est pas recommandé d'utiliser le nombre d'inscriptions comme un indicateur du nombre réel d'étudiants.

BEST COPY AVAILABLE

contre, on observe des écarts notables en ce qui a trait aux établissements de taille moyenne. Par exemple, pour la catégorie des 200 000 à 499 999 dollars de recettes, les établissements privés ont proportionnellement cinq fois plus d'inscriptions que les établissements publics (16 p. cent contre 3 p. cent). Pour la catégorie des 500 000 à 999 999 dollars de recettes, le rapport est de 2 contre 1 (21 p. cent pour les établissements privés contre 11 p. cent pour les établissements publics).

Figure 1.13 - Répartition des inscriptions, selon les recettes totales provenant de la formation dispensée en anglais ou en français langue seconde et le type d'établissement, Canada, 1998



Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Tandis que les établissements publics et les établissements privés dont les recettes se situent entre 1 et 2 millions de dollars ont proportionnellement à peu près le même nombre d'inscriptions (16 et 17 p. cent respectivement), les établissements de la catégorie supérieure (recettes de 2 millions de dollars ou plus) affichent une nette différence dans la proportion des inscriptions selon qu'ils sont des établissements publics ou privés. En effet, les établissements publics de cette catégorie captent plus de 50 p. cent du total des inscriptions dans le secteur public, tandis que les établissements privés captent seulement 34 p. cent du total des inscriptions dans le secteur privé. Ces résultats dénotent, entre autres choses, des différences dans les méthodes d'enseignement, sur lesquelles nous reviendrons au chapitre 4.

BEST COPY AVAILABLE

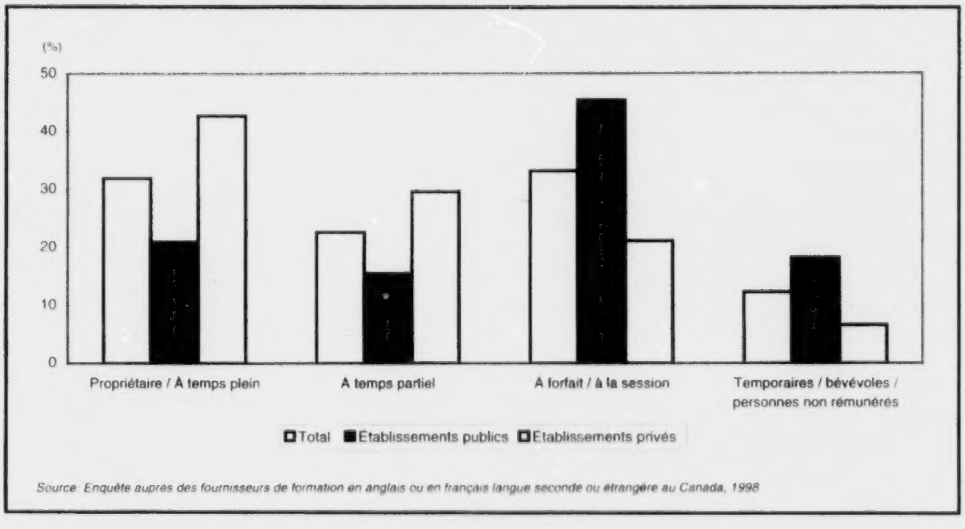
Malgré la forte variation du nombre d'inscriptions entre les établissements de formation linguistique qui ont participé à l'enquête, nous donnons ci-dessous, à des fins très générales, des moyennes qui peuvent servir de valeur-repère approximative. Ainsi, pour 1998 :

- Nombre moyen d'inscriptions pour l'ensemble des établissements : 772.
- Nombre moyen d'inscriptions pour les établissements publics : 854.
- Nombre moyen d'inscriptions pour les établissements privés : 714.

(Voir le tableau 1.1 dans l'appendice A pour une présentation détaillée des données sur les inscriptions.)

PERSONNEL

Figure 1.14 - Répartition du personnel, selon la catégorie d'employés et le type d'établissement, Canada, 1998

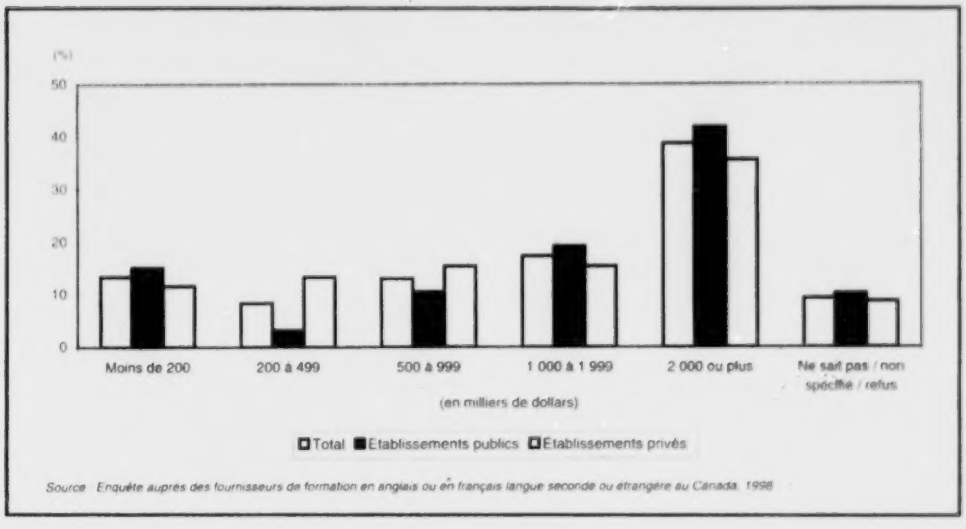


Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Les établissements privés n'utilisent pas le même type de personnel que les établissements publics. Près des trois quarts du personnel des établissements privés se classent soit dans le personnel à temps plein/propriétaire (43 p. cent), soit dans le personnel à temps partiel (30 p. cent), alors que dans les établissements publics, près des deux tiers du personnel (64 p. cent) sont soit des employés à forfait ou à la session, soit des employés temporaires ou bénévoles.

BEST COPY AVAILABLE

Figure 1.15 - Répartition du personnel, selon les recettes totales provenant de la formation dispensée en anglais ou en français langue seconde au Canada et le type d'établissement, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Fait peu étonnant, la répartition du personnel selon la taille de l'établissement révèle que les établissements les plus gros (recettes totales de 2 millions de dollars ou plus) sont ceux qui embauchent la plus forte proportion des travailleurs du secteur : 39 p. cent pour l'ensemble des établissements, 42 p. cent pour les établissements publics et 36 p. cent pour les établissements privés. On note également dans ce cas-ci une forte différence entre les établissements publics et les établissements privés dont les recettes varient entre 200 000 et 499 999 dollars. En effet, les premiers ne comptent que 3 p. cent du total des employés des établissements publics, tandis que les seconds comptent 13 p. cent du total des employés des établissements privés. Cette tendance correspond à la répartition des établissements, et à la répartition des inscriptions démontrées dans les figures 1.11 et 1.13.

Nous avons fait des projections, pour les établissements ayant participé à l'enquête, des valeurs approximatives de la tendance centrale pour les données sur le personnel enseignant au Canada en 1998; voici ces valeurs :

- Effectif moyen pour l'ensemble des établissements : 28.
- Effectif moyen pour les établissements publics : 34.

BEST COPY AVAILABLE

- Effectif moyen pour les établissements privés : 23.

(Voir le tableau 1.2 dans l'appendice A pour une présentation détaillée des données sur le personnel.)

TENDANCE DES INSCRIPTIONS

Le secteur de la formation en anglais ou en français langue seconde a connu un développement régulier au cours des cinq dernières années, si l'on en juge par le nombre d'inscriptions et les recettes tirées de la prestation des services de formation. De façon générale, la crise financière asiatique de 1997 n'a pas réellement affecté le nombre d'inscriptions en 1998, contrairement à ce que plusieurs pouvaient croire. De fait, pour les établissements qui ont participé à l'enquête, le nombre d'inscriptions est passé de 86 000 environ à 164 000 entre 1994 et 1998, ce qui représente un taux de croissance composé de 22 p. cent pour les quatre années. L'accroissement a été assez régulier durant cette période, le taux de variation annuelle allant de 14 p. cent pour 1994-1995 à 23 p. cent pour 1997-1998.

TENDANCE DES RECETTES

Il est plus difficile de mesurer la tendance des recettes. Les répondants hésitent plus à fournir de l'information sur leurs recettes que de l'information sur le nombre d'inscriptions, d'où le taux de réponse plus faible pour la question relative aux recettes. En outre, un nombre assez élevé d'établissements n'ont pu fournir de données sur les recettes pour l'ensemble de la période étudiée, d'où le fait que les taux de croissance calculés à l'aide de ces chiffres sont assez variables. Pour toutes ces raisons, nous avons calculé la tendance des recettes en fonction de la période de 1996 à 1998 seulement. Le taux de croissance annuelle moyen des recettes déclarées par les établissements ayant participé à l'enquête est de 20 p. cent.

DONNÉES GLOBALES CORRIGÉES POUR LE SECTEUR

Cette enquête visait notamment à mesurer la taille du secteur canadien de la formation en langue seconde. On peut mesurer la taille d'un secteur d'activités par les recettes totales qu'il génère, le nombre de

BEST COPY AVAILABLE

travailleurs ou l'importance de sa production. Dans le secteur de l'enseignement, le nombre d'inscriptions ou de diplômés peut servir d'indicateur pour la production.

L'enquête se voulait au départ un recensement. Toutefois, à cause du taux de réponse relativement faible qui a été enregistré, la simple totalisation des données recueillies crée une sous-estimation de la taille du secteur. Afin d'obtenir une mesure plus exacte de la taille du secteur de la formation en langue seconde, on a pondéré les données fournies par les répondants pour tenir compte de l'activité des non-répondants.

Cela s'est fait en trois étapes. Premièrement, on a supposé que la composante privée du secteur de la formation en langue seconde avait la même structure — au sens de la répartition des établissements selon le niveau des recettes totales — que l'ensemble du secteur des établissements privés offrant de la formation linguistique. Cette structure a été évaluée au moyen de la répartition du revenu brut d'entreprise, telle que la présente le Registre des entreprises de Statistique Canada. Deuxièmement, on a supposé que la structure déclarée de la composante publique du secteur de la formation en langue seconde était représentative de tout le secteur public de l'industrie de la formation linguistique. Troisièmement, on a calculé les recettes totales pour chaque catégorie de recettes déclarées par les établissements publics et privé offrant de la formation linguistique en multipliant le nombre d'établissements recensés dans cette catégorie par la moyenne des recettes déclarées pour la même catégorie.

La valeur ainsi obtenue à la suite de cette pondération donne une approximation générale de la taille réelle du secteur. Le résultat aurait pu être différent si tous les établissements de formation en langue seconde avaient répondu au questionnaire d'enquête.

On a aussi estimé le nombre total d'inscriptions et le nombre total d'employés par la même méthode, en supposant qu'il existe une corrélation entre les recettes de l'établissement et le nombre d'inscriptions d'une part et entre les recettes de l'établissement et le nombre d'employés d'autre part.

Le tableau ci-dessous contient des indicateurs de la taille du secteur canadien de la formation en langue seconde pour 1998 (recettes, nombre d'inscriptions et nombre d'employés). Contrairement aux résultats de l'enquête présentés ailleurs dans ce rapport, les données du Tableau 1.A sont des données pondérées. Ces estimations font également abstraction des activités menées à l'étranger.

Tableau 1.A - Estimation des recettes totales, du nombre total d'inscriptions et du nombre total d'employés, Canada, 1998

	Établissements publics	Établissements privés	Total
Recettes totales (millions de $)	135	165	300
Nombre total d'inscriptions	125 000	165 000	290 000
Nombre total d'employés	5 000	6 000	11 000

2. SERVICES OFFERTS PAR LE SECTEUR DE LA FORMATION EN ANGLAIS OU EN FRANÇAIS LANGUE SECONDE ET TECHNIQUES DE MARKETING UTILISÉES

LA FORMATION EN LANGUE SECONDE : UNE INDUSTRIE DE SERVICES

Le secteur des services domine les économies industrielles et prend de plus en plus d'importance en raison de la mondialisation et de la restructuration économique. Les branches de services ne sont pas toutes pareilles et toutes n'ont pas le même impact dynamique sur l'économie, mais au total elles représentent une partie appréciable du produit intérieur brut. Elles jouent par conséquent un rôle essentiel dans la définition de l'économie canadienne de demain[11].

SERVICES D'ENSEIGNEMENT[12]

L'enquête n'a pas recueilli de données précises sur le type de programmes ou de cours offerts par les membres de l'industrie, ni sur

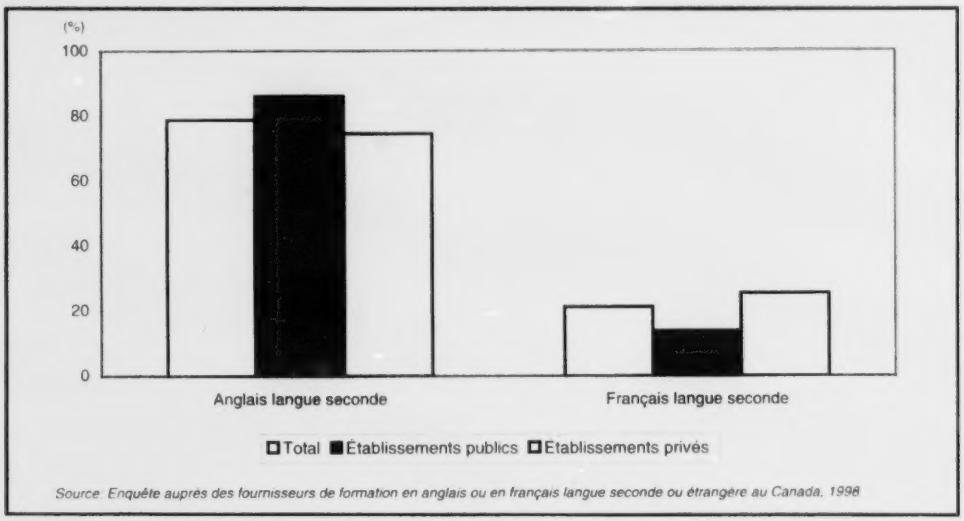
11. Statistique Canada. *Indicateurs des services*, 1er trimestre 1997. Préface, page 3, numéro 63-106-XPB au catalogue de Statistique Canada.

12. Dans le cadre de l'enquête, le nombre d'heures d'enseignement dispensé est considéré comme la meilleure mesure de production dans les circonstances, le nombre de programmes/cours offerts ne pouvant être retenu comme mesure à cause de la grande diversité de ces programmes/cours sur le plan de la durée.

la durée ou le contenu de ces programmes ou cours. L'enquête s'est intéressée plutôt à l'importance des divers services offerts (p. ex., nombre d'heures d'enseignement, services additionnels à la formation linguistique, et services d'hébergement offerts par l'établissement).

En 1998, les deux tiers des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ne faisaient que de la formation en langue seconde. Comme les établissements offrant uniquement la formation en anglais langue seconde constituent le principal groupe de fournisseurs de formation linguistique, la formation en anglais langue seconde occupe en majorité l'industrie selon le nombre total d'heures de formation ou d'instruction déclarées : 79 p. cent des heures d'enseignement déclarées pour 1998 sont consacrées à la formation en anglais langue seconde, tandis que l'enseignement du français langue seconde représente 21 p. cent du total des heures d'enseignement déclarées.

Figure 2.1 - Proportion des heures d'enseignement de l'anglais ou du français langue seconde, selon le type d'établissement, Canada, 1998



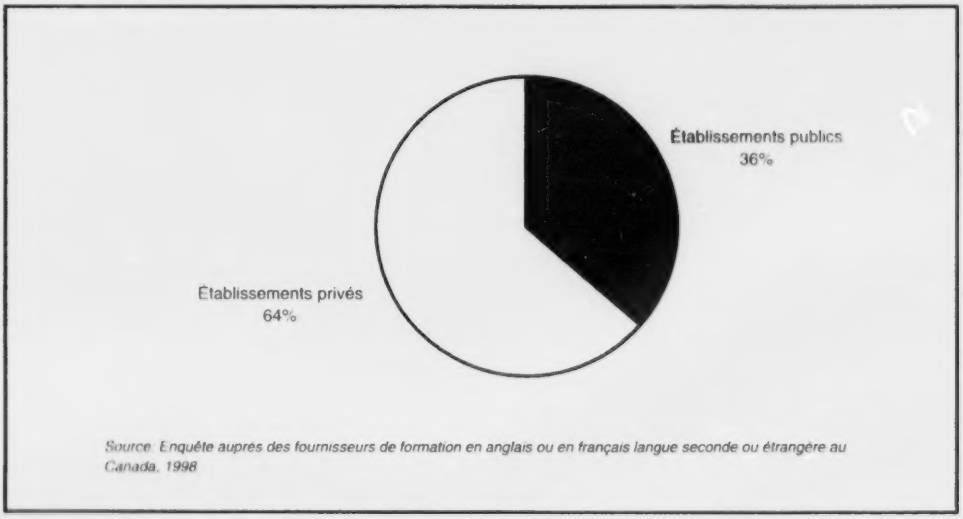
Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

La répartition du temps consacré à l'enseignement de l'anglais ou du français langue seconde est comparable chez les deux types d'établissement, si l'on se fonde sur les données fournies par les répondants. Cette proportion est de 86 p. cent pour les établissements publics et de 75 p. cent pour les établissements privés.

BEST COPY AVAILABLE

Les établissements privés détiennent la part du lion en ce qui a trait au nombre d'heures d'enseignement, soit près des deux tiers du nombre total d'heures déclarées (64 p. cent). Par comparaison, les établissements publics assument un peu plus du tiers (36 p. cent) des heures d'enseignement déclarées pour la formation en langue seconde.

Figure 2.2 - Répartition des heures d'enseignement, selon le type d'établissement, Canada, 1998



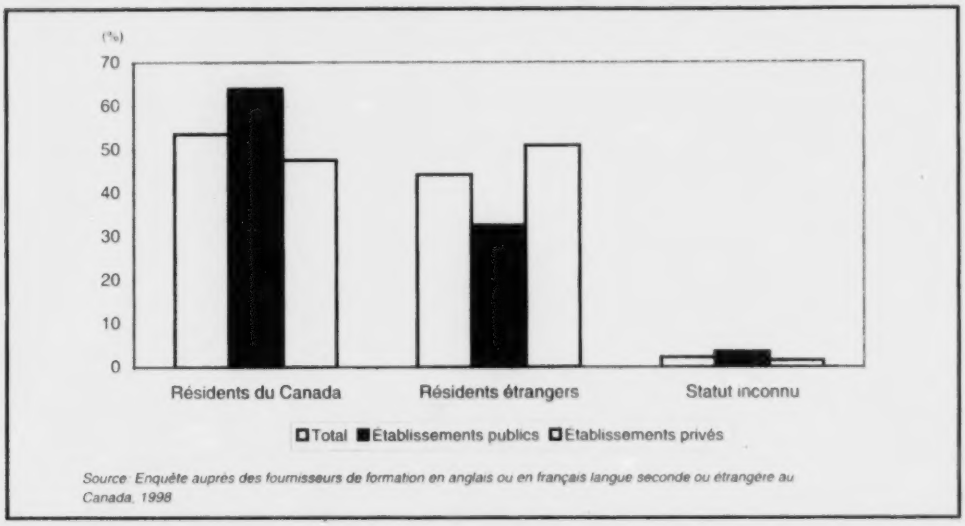
Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Le statut de résidence des étudiants inscrits dans les divers établissements explique peut-être cette différence dans les heures d'enseignement. En effet, les établissements publics dispensent 64 p. cent des heures d'enseignement à des résidents du Canada, alors que les établissements privés dispensent proportionnellement presque le même nombre d'heures d'enseignement aux résidents canadiens et étrangers(51 p. cent pour les résidents étrangers et 48 p. cent pour les résidents du Canada)[13].

13. Voir le chapitre 3 pour une analyse des inscriptions selon le lieu d'origine.

BEST COPY AVAILABLE

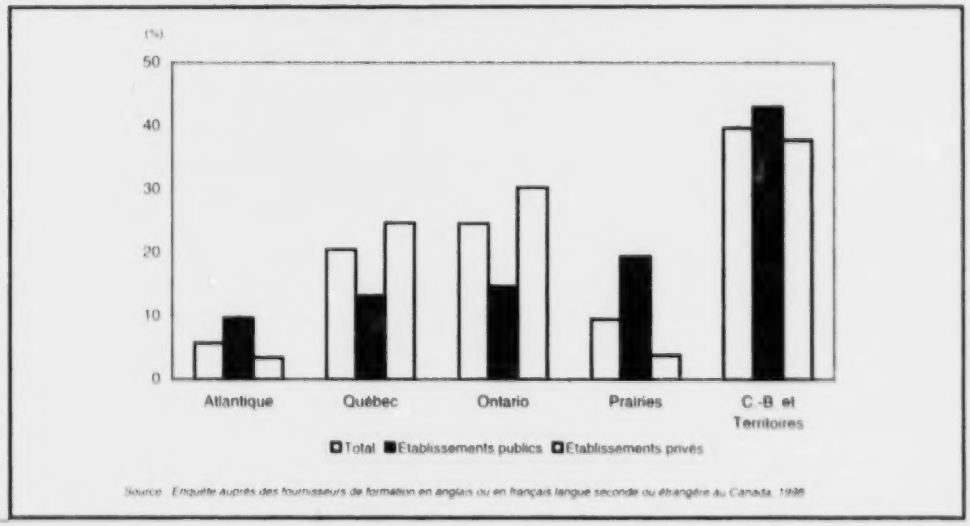
Figure 2.3 - Répartition des heures d'enseignement, selon le type d'établissement et le statut de résidence de l'étudiant, Canada, 1998



Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Comme pour les établissements de formation en langue seconde, les heures de formation ou d'instruction sont concentrées en Ontario, au Québec et en Colombie-Britannique. Bien qu'il soit encore utile d'examiner la répartition des heures d'enseignement selon la région, on doit utiliser les proportions ci-dessous avec circonspection, compte tenu de la grande variabilité des taux de réponse entre les régions.

Figure 2.4 - Répartition des heures d'enseignement, selon le type d'établissement et la région géographique, Canada, 1998



Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

BEST COPY AVAILABLE

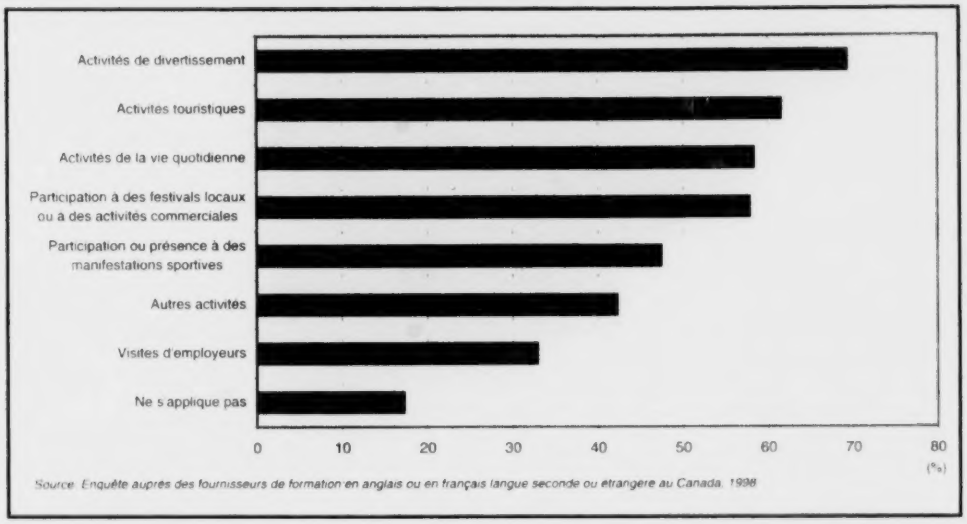
Quarante p. cent des heures de formation ou d'instruction déclarées sont dispensées par des établissements en Colombie-Britannique; pourtant, ces établissements ne constituent que 24 p. cent du groupe des répondants. L'Ontario, avec 30 p. cent des fournisseurs ayant participé à l'enquête, représente 25 p. cent du nombre total d'heures de formation ou d'instruction déclarées. Quant au Québec, regroupant 25 p. cent des fournisseurs de formation linguistique au Canada, il représente 20 p. cent du nombre total d'heures d'enseignement déclarées pour 1998.

Les données de l'enquête montrent également que les établissements privés qui ont participé à l'enquête dispensent plus d'heures d'enseignement que les établissements publics dans toutes les régions du pays, sauf l'Atlantique et les Prairies et, un peu moins en Colombie-Britannique.

SERVICES ADDITIONNELS

Compte tenu de la diversité des milieux où se fait l'apprentissage, les fournisseurs de formation en langue seconde offrent diverses activités qui s'ajoutent à l'enseignement. De fait, 83 p. cent des établissements offrent au moins une activité connexe à la formation linguistique. Les activités les plus courantes sont celles qui ont un fort contenu de divertissement. Ainsi, près de 70 p. cent des établissements organisent des visites de musées, des sorties à un concert ou au théâtre ou à d'autres attractions. Les activités touristiques (p. ex., visite de parcs et de lieux historiques) viennent au deuxième rang, étant offertes par plus de 60 p. cent des établissements.

Figure 2.5 - Pourcentage d'établissements organisant des activités connexes à la formation en anglais ou en français langue seconde, selon le type d'activité, Canada, 1998



Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Les activités de la vie quotidienne (p. ex., visite à l'épicerie ou à la banque) et les activités culturelles, telles que les festivals locaux et les activités communautaires, viennent au troisième rang, étant offertes par 58 p. cent des établissements. La participation ou la présence à des manifestations sportives, les visites d'employeurs et les autres activités sont un peu moins courantes. Moins de la moitié des établissements de formation en langue seconde les offrent.

VARIABILITÉ DES SERVICES ADDITIONNELS SELON LA RÉGION

Les services additionnels déclarés dans l'enquête ne sont pas offerts également dans toutes les régions du pays. En règle générale, les établissements de Colombie-Britannique organisent plus d'activités connexes à la formation que les établissements du reste du pays, tandis que les établissements du Québec en organisent moins que les autres établissements.

Les activités les plus courantes dans toutes les régions, mais à des degrés divers, sont les activités de la vie quotidienne, les activités culturelles connexes à la formation et les activités touristiques. (Voir

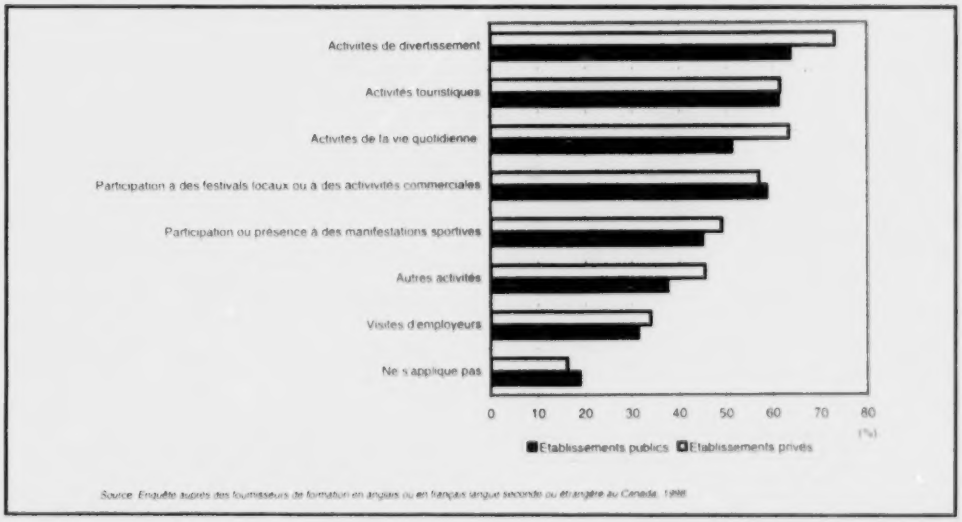
BEST COPY AVAILABLE

le tableau 2.1 dans l'appendice A pour une présentation détaillée des résultats.)

VARIABILITÉ DES SERVICES ADDITIONNELS SELON LE TYPE D'ÉTABLISSEMENT

Le profil des activités organisées en marge de la formation linguistique est sensiblement le même pour les deux types d'établissements qui ont participé à l'enquête, sauf en ce qui touche les activités de la vie quotidienne, comme la visite à l'épicerie ou à la banque, et les activités de divertissement. Les premières sont moins courantes chez les établissements publics (51 p. cent d'entre eux en organisent) que chez les établissements privés (63 p. cent en organisent). De même, les activités de divertissement (p. ex., visites de musées, concerts, pièces de théâtre et autres attractions) sont moins prisées dans les établissements publics que dans les établissements privés (64 p. cent contre 73 p. cent).

Figure 2.6 - Pourcentage d'établissements organisant des activités connexes à la formation en anglais ou en français langue seconde, selon le type d'activité et le type d'établissement, Canada, 1998



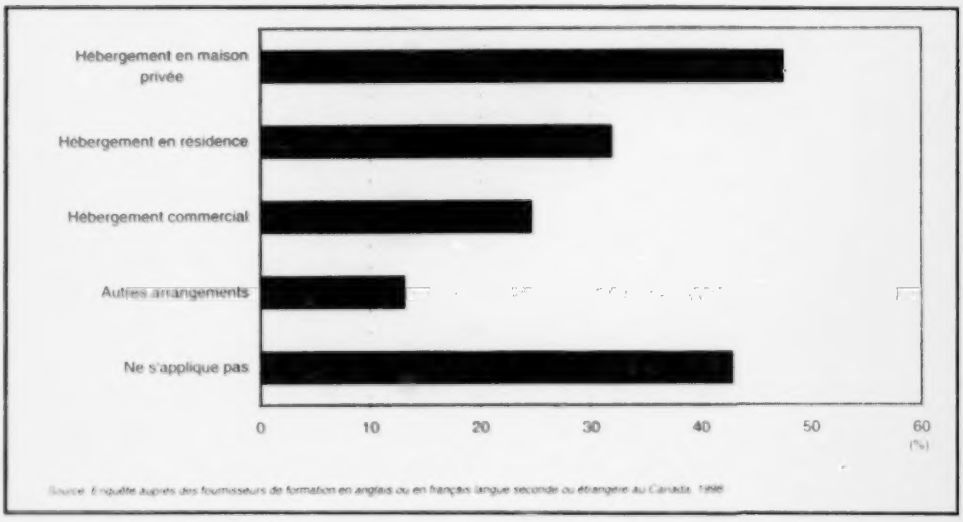
Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

BEST COPY AVAILABLE

SERVICES D'HÉBERGEMENT

Chercher un endroit où demeurer lorsqu'on est aux études peut être une tâche difficile pour une personne qui n'est pas de la région ou pour un étranger. Pour aider leurs étudiants, un bon nombre d'établissements (57 p. cent) offrent des services d'hébergement. L'hébergement en maison privée est nettement la formule la plus populaire. Elle est offerte par près de 50 p. cent des établissements. L'hébergement en résidence vient au deuxième rang, étant offert par près du tiers des établissements. L'hébergement commercial (hôtel, motel et autres formes d'hébergement semblables) est proposé par 25 p. cent des établissements. Enfin, 13 p. cent des répondants ont dit offrir d'autres formes d'hébergement, mais sans les préciser.

Figure 2.7 - Pourcentage d'établissements offrant des services d'hébergement aux élèves qui en font la demande, selon le type d'hébergement, Canada, 1998

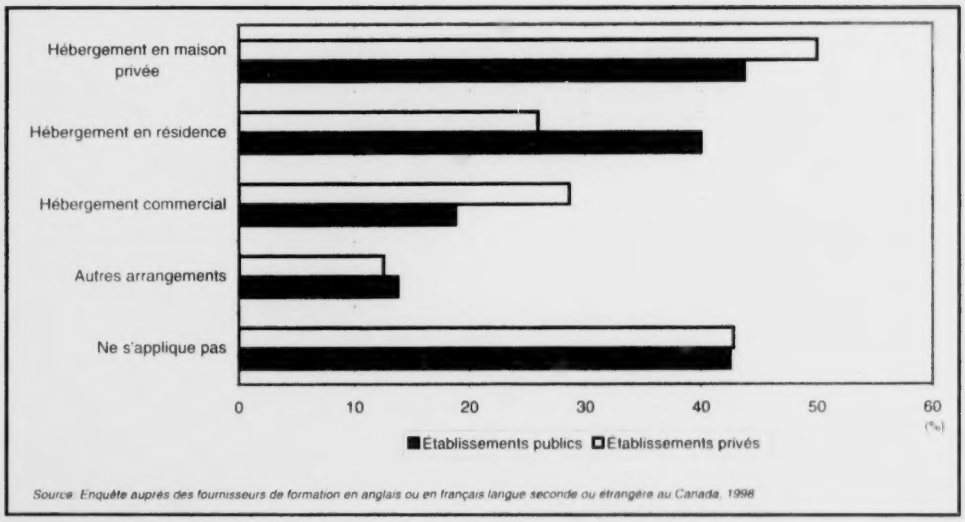


Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Les établissements privés sont proportionnellement plus nombreux à offrir de l'hébergement en maison privée et de l'hébergement commercial que les établissements publics. En revanche, compte tenu de l'infrastructure dont ils disposent, les établissements publics sont beaucoup plus enclins à offrir de l'hébergement en résidence.

BEST COPY AVAILABLE

Figure 2.8 - Pourcentage d'établissements offrant des services d'hébergement, selon le type d'établissement et le type d'hébergement, Canada, 1998



Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

TECHNIQUES DE MARKETING

La manière dont les fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde commercialisent leurs services illustre très bien le mode de fonctionnement qui caractérise de nombreuses industries de services. Comme ils font face à une concurrence acharnée dans leur secteur et que la différenciation des produits ne va pas toujours de soi, les établissements doivent concevoir des activités promotionnelles pour attirer la clientèle.

L'utilisation de documents écrits est la technique de marketing la plus courante. Parmi les établissements qui ont participé à l'enquête, 94 p. cent y ont recours. Plus précisément, les annonces publicitaires dans les médias imprimés et les revues, ainsi que les encarts publicitaires et les brochures, sont les moyens les plus courants. Les techniques qui supposent des contacts personnels viennent au deuxième rang; 85 p. cent des établissements y ont recours. Plus précisément, les rencontres avec des clients canadiens actuels ou potentiels ont la faveur des deux tiers des répondants. Toutes les autres techniques de ce groupe sont utilisées à peu près également

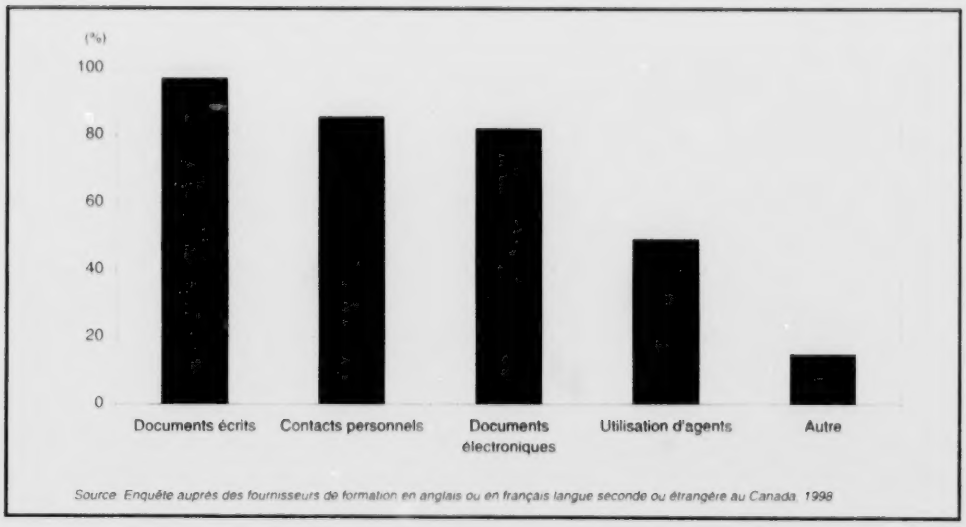
BEST COPY AVAILABLE

(participation à des foires au Canada : 36 p. cent; participation à des conférences : 44 p. cent, etc.). Par rapport à la clientèle d'autres pays, les fournisseurs de formation en langue seconde organisent aussi des rencontres avec des représentants étrangers au Canada (42 p. cent) et participent à des foires à l'étranger (39 p. cent).

Tandis que les documents écrits demeurent le principal outil de marketing pour les fournisseurs de formation en langue seconde, les documents électroniques ne sont pas négligés pour autant. Au total, 81 p. cent des répondants disent utiliser des documents électroniques, tels que les pages Web, le courrier électronique, les envois par télécopieur, les cédéroms, les autres activités par Internet, et la publicité radiodiffusée ou télévisée. De tous ces moyens, les pages Web sont de loin le plus populaire, ayant la faveur de 68 p. cent des répondants.

La technique de marketing la moins courante, quoique encore assez largement utilisée, est l'utilisation d'agents. De fait, près d'un établissement sur deux (48 p. cent) retient les services d'agents d'éducation, d'agents de voyage ou d'organisateurs de voyages.

Figure 2.9 - Pourcentage d'établissements utilisant des techniques de marketing, selon le type de techniques, Canada, 1998



Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

BEST COPY AVAILABLE

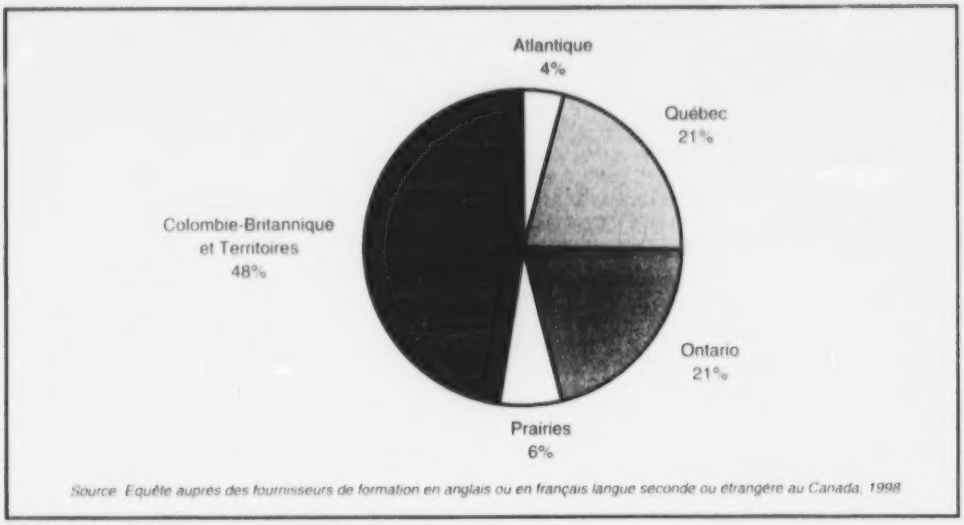
Les deux types d'établissements utilisent les mêmes techniques à peu de choses près. Seuls des écarts de un ou deux points de pourcentage dans la répartition de chaque type de techniques méritent d'être soulignés. La seule différence notable entre les deux types d'établissements est dans l'utilisation des documents électroniques : les établissements publics ont une longueur d'avance sur ce plan (90 p. cent contre 75 p. cent pour les établissements privés). (Voir le tableau 2.2 dans l'appendice A pour une présentation détaillée des résultats.)

DÉPENSES DE MARKETING

On reconnaît largement que l'effort de marketing est une initiative stratégique pour les entreprises de services en voie d'expansion, comme la recherche et le développement l'est pour les entreprises de fabrication. On peut considérer le rapport des dépenses de marketing aux dépenses totales pour les fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde comme une mesure des efforts que fait le secteur pour accroître sa clientèle sur le marché mondial naissant. En 1998, les 227 établissements qui ont participé à l'enquête ont déclaré des dépenses de marketing totalisant environ 9 millions de dollars, ou 6 p. cent de leurs dépenses totales.

Les fournisseurs de formation linguistique de Colombie-Britannique viennent au premier rang, avec près de la moitié du total des dépenses de marketing de l'industrie. Les établissements du Québec et de l'Ontario suivent avec 21 p. cent du total de l'industrie dans chaque cas.

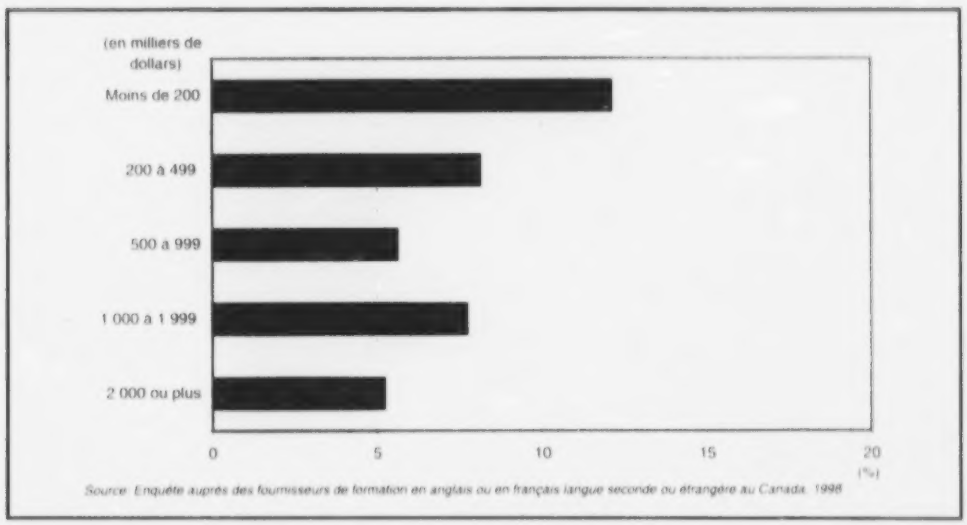
Figure 2.10 - Répartition des dépenses de marketing, selon la région géographique, Canada, 1998



Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Le rapport des dépenses de marketing aux dépenses totales est beaucoup plus élevé pour les petits établissements que pour les gros. Il atteint 12 p. cent pour les établissements ayant des recettes inférieures à 200 000 dollars, mais n'est que de 6 p. cent pour les établissements dont les recettes sont supérieures à 200 000 dollars.

Figure 2.11 - Rapport des dépenses de marketing aux dépenses totales, selon la taille de l'établissement, Canada, 1998

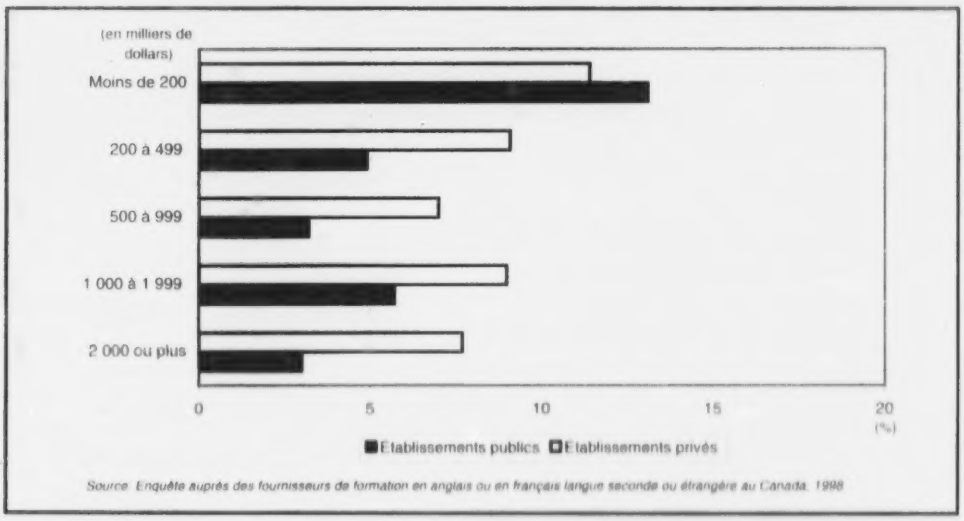


Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

BEST COPY AVAILABLE

Cette relation entre les dépenses de marketing et la taille de l'établissement s'observe aussi dans les deux composantes du secteur, la composante publique et la composante privée. Cependant, les établissements privés affichent un rapport des dépenses de marketing aux dépenses totales deux fois plus élevé que celui des établissements publics (8 p. cent contre 4 p. cent).

Figure 2.12 - Rapport des dépenses de marketing aux dépenses totales, selon le type d'établissement et la taille de l'établissement, Canada, 1998



Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

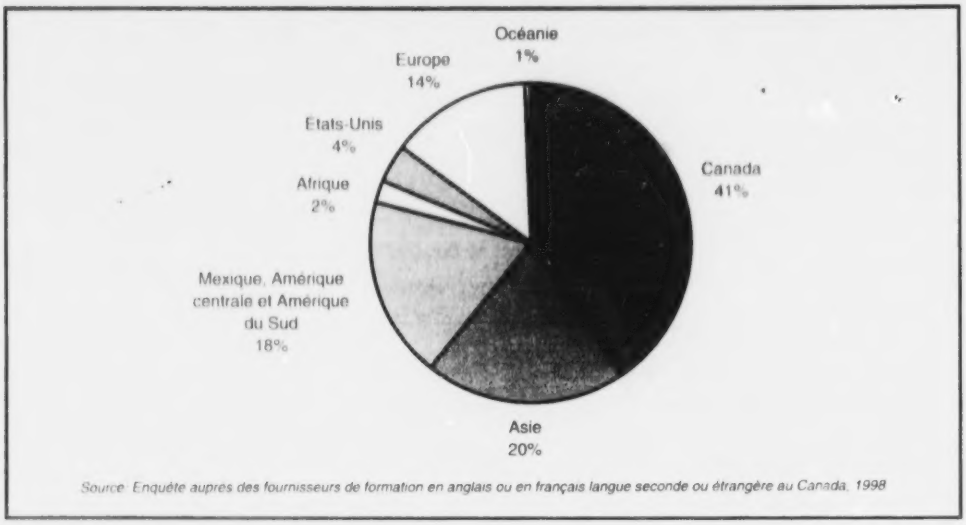
RÉGIONS DU MONDE CIBLÉES POUR DES ACTIVITÉS DE MARKETING

L'enquête n'a pas permis de recueillir des données sur les dépenses de marketing selon les régions du monde ciblées. Toutefois, les régions ou pays visés prioritairement par l'effort de marketing des établissements de formation linguistique canadiens donnent une indication des endroits dans le monde où ces établissements engagent des dépenses de marketing.

Les marchés intérieurs sont la principale cible de l'effort de marketing des établissements canadiens, avec 41 p. cent du total. L'Asie est le principal marché visé à l'étranger, avec 20 p. cent du total, suivie de près par le Mexique, l'Amérique centrale et l'Amérique du Sud (18 p. cent) et l'Europe (14 p. cent). On s'intéresse très peu aux marchés des États-Unis, de l'Afrique et de l'Océanie.

BEST COPY AVAILABLE

Figure 2.13 - Répartition géographique des activités de marketing, Canada et le Reste du Monde, 1998



Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

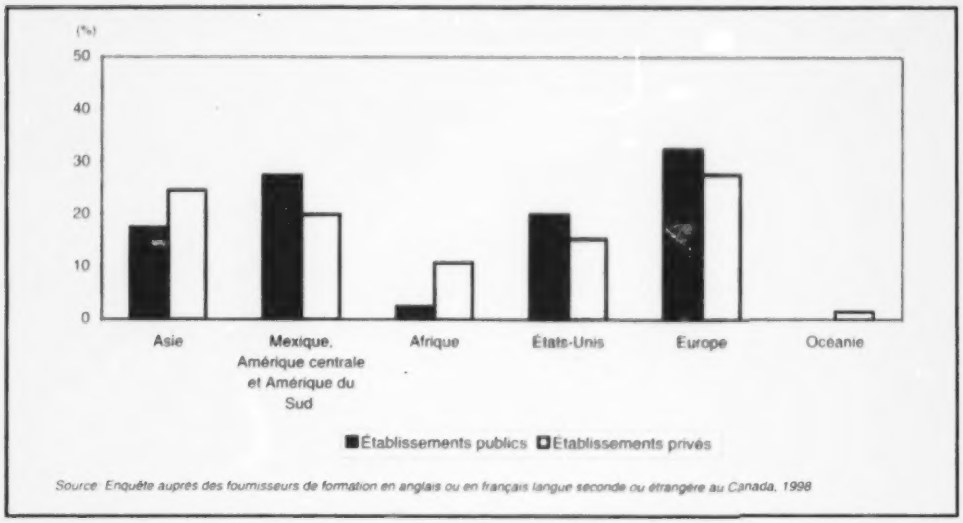
Comme pour les techniques de marketing, les régions ciblées par l'effort de marketing sont les mêmes pour les deux types d'établissements. On note des différences un peu plus grandes (3 et 4 points de pourcentage) dans la répartition des régions ciblées, l'écart le plus notable ayant trait aux États-Unis. Les établissements publics canadiens mentionnent le marché américain dans 7 p. cent des cas, tandis que les établissements privés le reconnaissent comme un marché cible dans 2 p. cent des cas. (Voir le tableau 2.3 de l'appendice A pour une présentation détaillée des résultats.)

MARCHÉS ÉMERGENTS

En envisageant l'avenir, 32 p. cent des établissements qui ont participé à l'enquête disent vouloir cibler de nouveaux marchés étrangers. L'Europe est le plus souvent cité, faisant l'objet de 30 p. cent des projets d'expansion. Vingt-trois p. cent des établissements mentionnent le Mexique, l'Amérique centrale et l'Amérique du Sud comme lieu d'expansion. Vient ensuite l'Asie (22 p. cent), puis, au quatrième rang, les États-Unis (17 p. cent). L'Afrique n'est pas un marché cible recherché (seulement 8 p. cent des établissements en font mention), tandis que l'Océanie est considérée comme le marché potentiel le moins lucratif, faisant l'objet de seulement 1 p. cent des projets d'expansion reconnus.

BEST COPY AVAILABLE

Figure 2.14 - Répartition géographique des futures activités de marketing à l'extérieur du Canada, selon le type d'établissement, 1998



Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

L'Europe, l'Asie, ainsi que l'Amérique centrale et l'Amérique du Sud, sont les marchés que les deux types d'établissements cherchent le plus à pénétrer. Toutefois, il y a des différences entre les plans de marketing de chaque catégorie d'établissements. Les établissements publics lorgnent plutôt vers l'Europe, l'Amérique centrale, l'Amérique du Sud et les États-Unis, tandis que les établissements privés sont attirés plutôt vers les marchés d'Asie et d'Afrique.

PARTENARIATS EN MARKETING

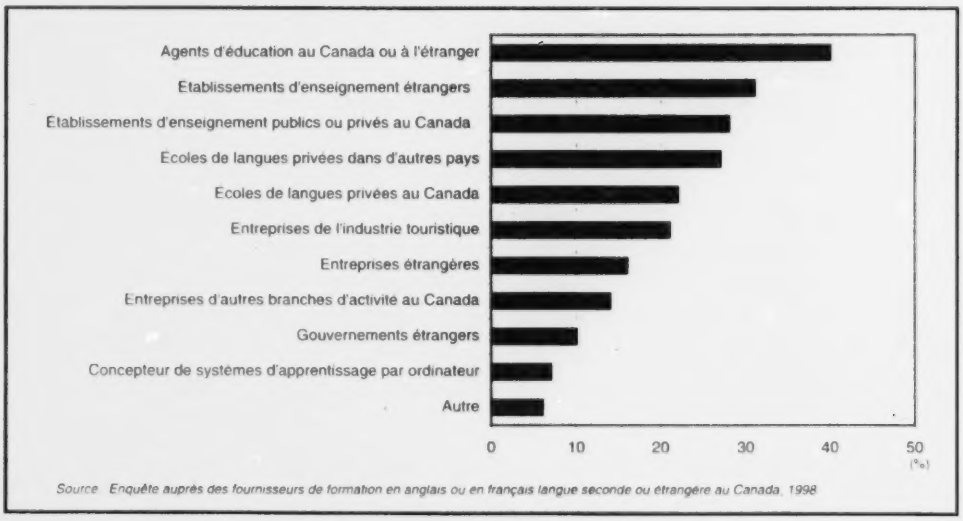
Dans des marchés mondiaux de plus en plus concurrentiels, les entreprises canadiennes se doivent de développer de meilleurs réseaux commerciaux et de créer des alliances stratégiques[14]. Elles peuvent le faire en établissant des partenariats avec d'autres intervenants et en adhérant à des associations professionnelles. Il semble que les fournisseurs de formation en langue seconde aient opté pour ces stratégies. En effet, 40 p. cent des fournisseurs canadiens ont signé des ententes avec des agents d'éducation au Canada ou à l'étranger; 31 p. cent ont conclu des ententes avec des établissements

14. Manley, John et Paul Martin. *Pour l'essor de la petite entreprise*, Industrie Canada, Ottawa, 1994, p. 38.

BEST COPY AVAILABLE

d'enseignement étrangers, 28 p. cent avec d'autres établissements d'enseignement publics ou privés au Canada, et 22 p. cent avec des écoles privées. Il semble que, contrairement à l'opinion généralement reçue, un certain nombre de fournisseurs choisissent d'unir leurs efforts pour mieux se positionner sur les marchés mondiaux, au lieu de se faire concurrence. Les enquêtes ultérieures montreront si nous assistons à l'amorce d'une tendance dans le domaine. On peut aussi se réjouir du fait que 21 p. cent des établissements canadiens ont conclu des ententes avec des entreprises de l'industrie touristique. Par contre, le secteur est moins enclin à former des partenariats avec les entreprises étrangères, les entreprises d'autres branches d'activité au Canada, les gouvernements étrangers et les concepteurs de systèmes d'apprentissage par ordinateur, puisque moins de 20 p. cent des fournisseurs de formation linguistique canadiens disent avoir opté pour ces types de partenariat.

Figure 2.15 - Répartition des établissements ayant formé des partenariats, selon le type de partenariat, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

PARTICIPATION À DES ASSOCIATIONS

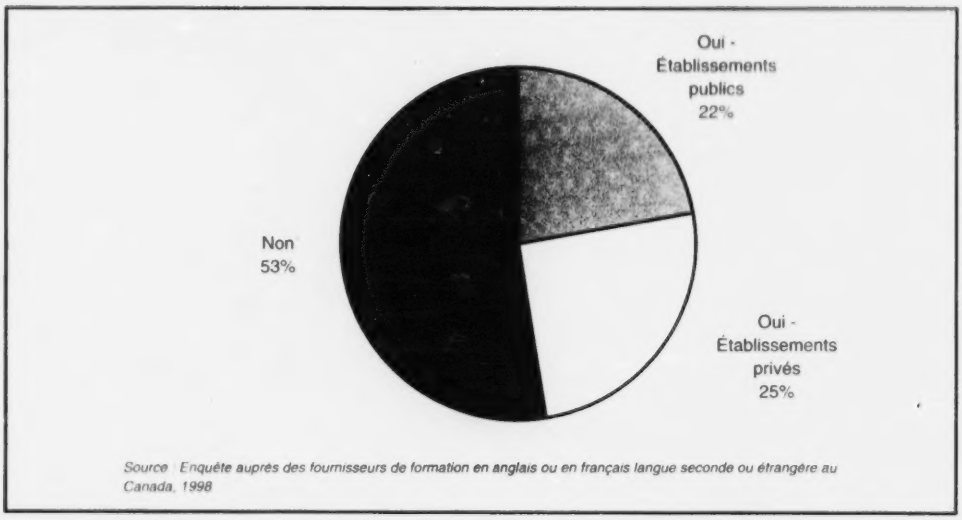
Il existe un certain nombre d'associations ou d'organisations professionnelles, commerciales ou lobbyistes qui ont p. centre d'intérêt la formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère. Leur rôle consiste essentiellement à promouvoir les services de formation en langue seconde et à échanger de l'information.

BEST COPY AVAILABLE

Environ 47 p. cent des établissements qui ont participé à l'enquête disent appartenir à une ou à plusieurs de ces organisations.

Les établissements privés ont peut-être un peu plus tendance que les établissements publics à joindre les rangs d'associations ou d'organisations. En effet, 25 p. cent des établissements privés disent appartenir à une association, comparativement à 22 p. cent pour les établissements publics.

Figure 2.16 - Répartition des établissements, selon qu'ils appartiennent ou non à une association ou à une organisation et le type d'établissement, Canada, 1998

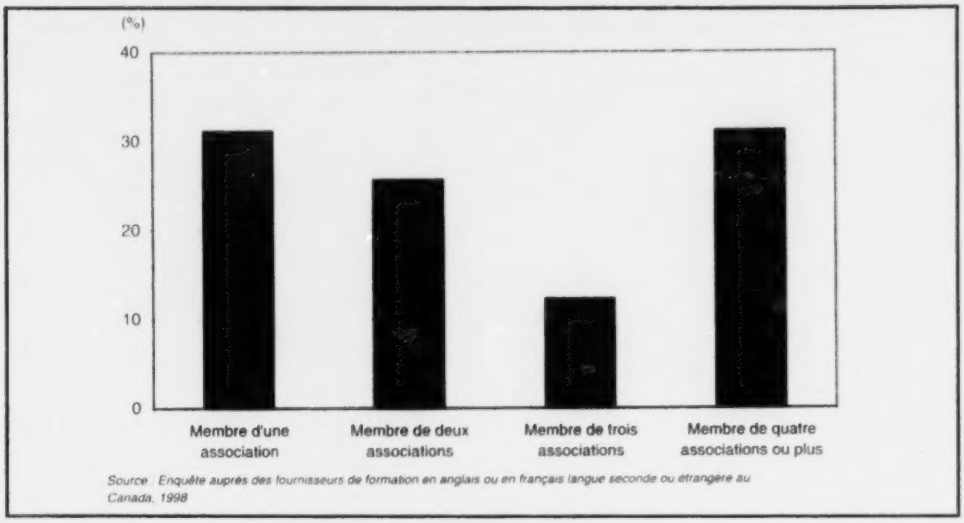


Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Au total, 31 p. cent des répondants sont membres d'une seule association; cela s'explique peut-être par le fait que chaque association a un mandat différent et que ces groupements ne sont pas nécessairement présents dans toutes les régions du pays. Néanmoins, 26 p. cent des établissements sont membres de deux associations, 12 p. cent sont membres de trois associations et 31 p. cent appartiennent à quatre associations ou plus.

BEST COPY AVAILABLE

Figure 2.17 - Répartition des établissements, selon le nombre d'associations ou d'organisations auxquelles ils appartiennent, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

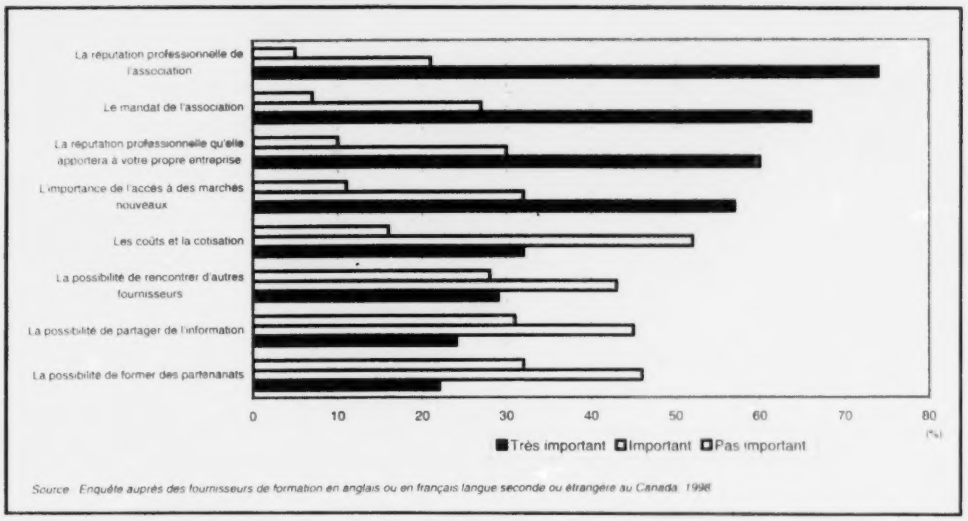
On a aussi demandé aux fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde d'évaluer le degré d'importance d'une série de motifs pour adhérer à une association en indiquant si le motif était très important, important, ou pas important. On a considéré le pourcentage d'établissements ayant répondu « très important » pour classer chacun des motifs par ordre d'importance. Les résultats indiquent que le motif le plus important pour adhérer à une organisation (74 p. cent des établissements le jugent très important) est la réputation professionnelle du groupe, de l'association ou de l'organisme. Le mandat ou les buts du groupe, de l'association ou de l'organisme est le deuxième motif en importance (jugé très important par 66 p. cent des répondants). La réputation professionnelle que l'association apporte au fournisseur de formation vient au troisième rang des motifs les plus importants (cité par 60 p. cent des répondants) et l'importance de l'accès à des marchés existants ou nouveaux qu'entraîne l'adhésion vient au quatrième rang (cité par 57 p. cent des répondants).

Les motifs ou facteurs qui sont jugés aussi très importants dans la décision d'adhérer à une association, mais qui sont cités moins souvent que les autres sont les coûts et la cotisation (32 p. cent), la possibilité de rencontrer d'autres fournisseurs de formation en langue seconde

BEST COPY AVAILABLE

(29 p. cent), la possibilité de partager de l'information avec d'autres fournisseurs (24 p. cent), et la possibilité de former des partenariats de formation ou de marketing avec d'autres fournisseurs (22 p. cent).

Figure 2.18 - Répartition des établissements, selon le motif de l'adhésion à une association et le degré d'importance de ce motif, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

BEST COPY AVAILABLE

3. LE SECTEUR CANADIEN DE LA FORMATION EN ANGLAIS OU EN FRANÇAIS LANGUE SECONDE ET LES MARCHÉS ÉTRANGERS

CONCURRENCE MONDIALE

La mondialisation des échanges et des investissements et l'arrivée de nouveaux compétiteurs sur les marchés mondiaux ont pour effet d'exposer un plus grand nombre de secteurs d'activité et d'entreprises à une forte concurrence étrangère[15], et le secteur canadien de la formation en langue seconde n'échappe pas à l'influence étrangère. À l'heure actuelle, ce secteur a deux composantes du point de vue international : les fournisseurs de formation canadiens qui donnent des cours à l'étranger, et les inscriptions d'étudiants étrangers au Canada.

SECTION A : ÉTABLISSEMENTS CANADIENS AYANT DES ACTIVITÉS À L'ÉTRANGER[16]

En 1998, les services de formation en anglais ou en français langue seconde étaient offerts en très grande majorité sur le territoire canadien. Seulement 6 p. cent des répondants disaient offrir de la formation à l'extérieur du Canada. On doit cependant utiliser les données suivantes avec circonspection, compte tenu du taux de

15. Manley, John et Paul Martin. *Pour l'essor de la petite entreprise,* Industrie Canada, Ottawa, 1994, p. 38.

16. Étant donné le nombre relativement faible d'établissements offrant de la formation en langue seconde à l'étranger, on doit interpréter les résultats avec prudence.

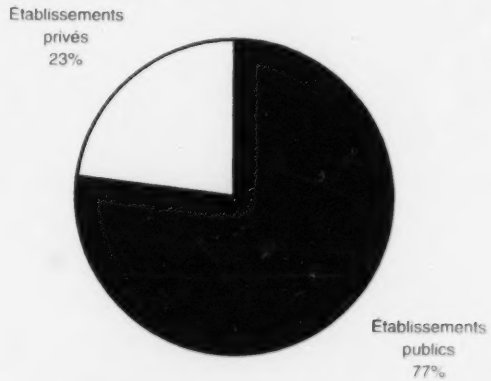
réponse très bas d'établissements déclarant avoir des activités à l'étranger.

Figure 3.1 - Proportion des établissements offrant de la formation en anglais ou en français langue seconde à l'extérieur du Canada, 1998

Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

De ce groupe de fournisseurs, la grande majorité (77 p. cent) sont des établissements du secteur public.

Figure 3.2 - Répartition des établissements offrant de la formation en anglais ou en français langue seconde à l'extérieur du Canada, selon le type d'établissement, 1998

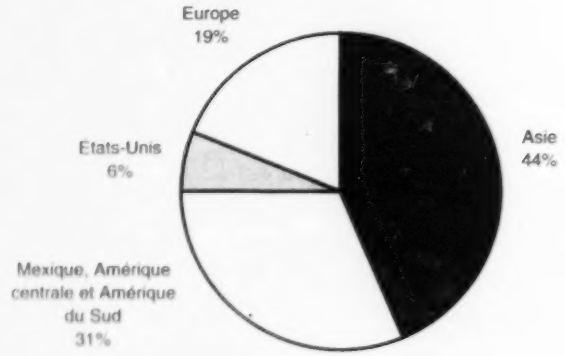


Source: Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

BEST COPY AVAILABLE

Le marché étranger le plus souvent cité par les répondants à l'enquête est l'Asie (44 p. cent), suivi du Mexique, de l'Amérique centrale et de l'Amérique du Sud (31 p. cent), puis de l'Europe (19 p. cent). Les fournisseurs de formation linguistique canadiens ont de la difficulté — ou hésitent — à percer le marché étranger le plus près (les États-Unis). Ce pays ne représente que 6 p. cent des réponses fournies par les établissements ayant participé à l'enquête.

Figure 3.3 - Régions du monde où des établissements canadiens offrent de la formation en anglais ou en français langue seconde, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

VOLUME D'ACTIVITÉ À L'EXTÉRIEUR DU CANADA

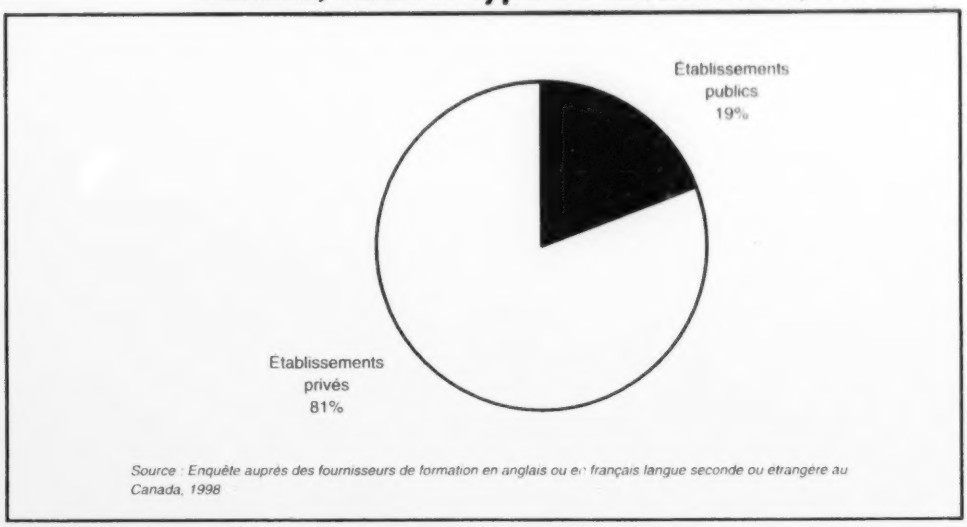
Tandis que les établissements publics de formation en langue seconde constituent la grande majorité des fournisseurs canadiens ayant des activités à l'étranger, ils ne sont pourtant pas les plus actifs, comme l'indique le nombre d'heures d'enseignement dispensées[17]. En se basant sur l'information limitée obtenue, c'est le secteur privé qui dispense la très grande majorité des heures de formation ou d'instruction à l'étranger. Bien qu'il ne regroupe que 23 p. cent des établissements canadiens ayant des activités à l'étranger, il assure à lui seul 81 p. cent des heures d'enseignement dispensées à l'extérieur du Canada. Ce

17 Dans le cadre de l'enquête, le nombre d'heures d'enseignement dispensées est considéré comme la meilleure mesure de production dans les circonstances, le nombre de programmes/cours offerts ne pouvant être retenu comme mesure à cause de la grande diversité de ces programmes/cours sur le plan de la durée.

BEST COPY AVAILABLE

déséquilibre s'explique peut-être par des différences dans le nombre d'inscriptions et le rapport professeur/élèves. Les établissements privés favorisent plutôt le tutorat individuel, tandis que les établissements publics privilégient la formation en classe.

Figure 3.4 - Répartition du nombre d'heures d'enseignement dispensées à l'extérieur du Canada, selon le type d'établissement, 1998



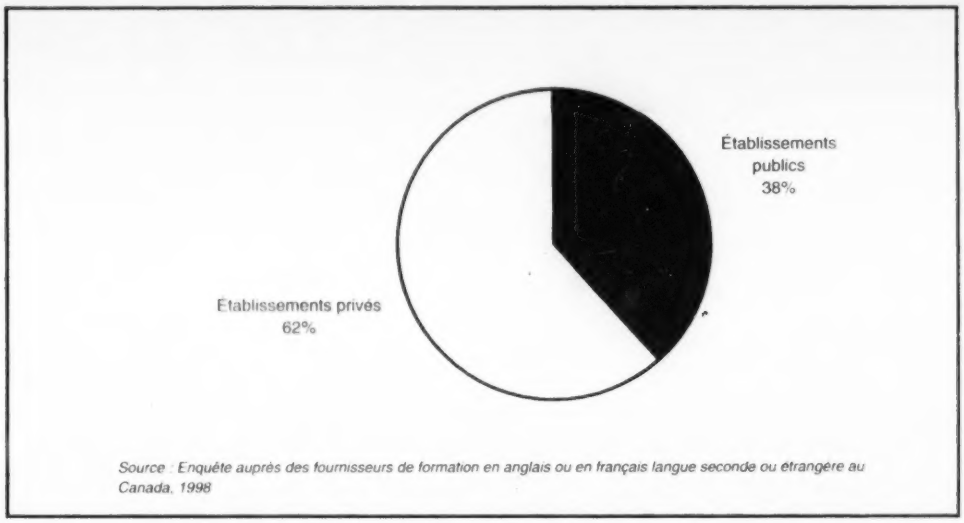
Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

INSCRIPTIONS À L'EXTÉRIEUR DU CANADA

Comme c'était le cas pour les heures d'enseignement dispensées à l'étranger, le nombre d'inscriptions à l'extérieur du Canada semble être beaucoup plus élevé chez les établissements privés. En 1998, ceux-ci regroupaient 62 p. cent des inscriptions à l'étranger, laissant les 38 p. cent restants aux établissements publics.

BEST COPY AVAILABLE

Figure 3.5 - Répartition des inscriptions à l'extérieur du Canada, selon le type d'établissement, 1998



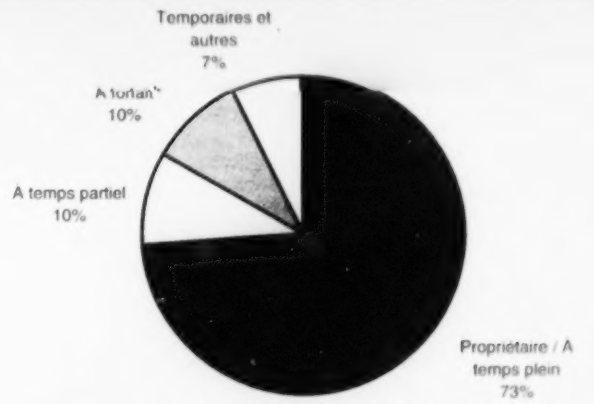
Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

PERSONNEL TRAVAILLANT À L'EXTÉRIEUR DU CANADA

La majeure partie (74 p. cent) du personnel travaillant à l'étranger pour des fournisseurs de formation semble se composer de propriétaires et d'employés à temps plein. Le reste se répartit à peu près également entre les employés à temps partiel (10 p. cent), les employés à forfait (10 p. cent) et les employés temporaires ou autres (7 p. cent). Par comparaison, les propriétaires et les employés à temps plein du secteur de la formation en langue seconde au Canada constituent 32 p. cent de l'ensemble de ce personnel.

BEST COPY AVAILABLE

Figure 3.6 - Répartition du personnel travaillant à l'extérieur du Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

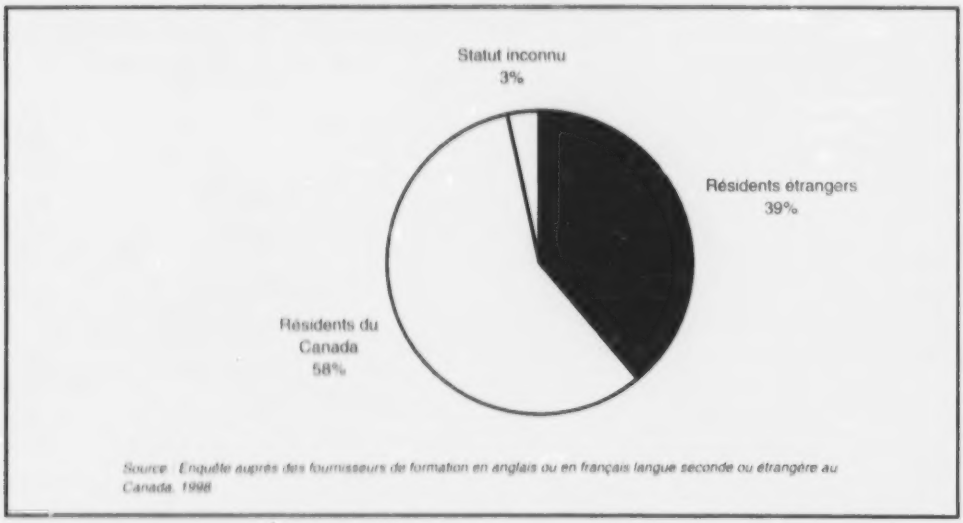
SECTION B : INSCRIPTIONS D'ÉTUDIANTS ÉTRANGERS AU CANADA

Les résidents étrangers expliquent une large part du volume d'activité du secteur de la formation en langue seconde pour 1998. Les résultats de l'enquête indiquent que les étudiants étrangers au Canada représentaient 39 p. cent du total des inscriptions en 1998[18]. Le chiffre fourni par les établissements ayant participé à l'enquête est de près de 64 000 inscriptions d'étudiants étrangers.

18. La plupart des établissements ne possèdent pas de données sur le nombre même d'étudiants ou de personnes ou la répartition par âge ou sexe. Ils ne conservent que les données relatives aux inscriptions. Or, comme un étudiant peut s'inscrire à plus d'un cours ou à plus d'un programme durant une année, il n'est pas recommandé d'utiliser le nombre d'inscriptions comme un indicateur du nombre réel d'étudiants.

BEST COPY AVAILABLE

Figure 3.7 - Répartition des inscriptions au cours d'anglais ou de français langue seconde, selon le statut de l'étudiant, Canada, 1998

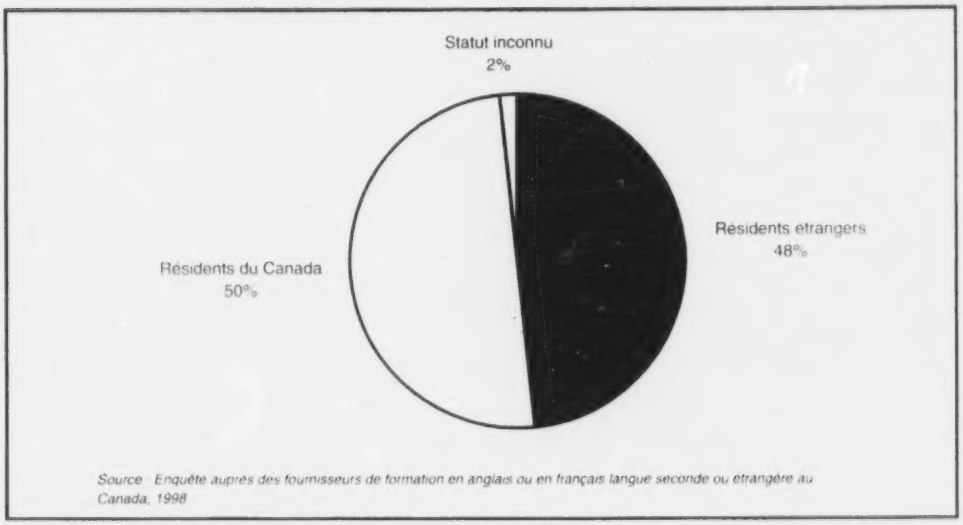


Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Toutefois, lorsqu'on distingue les inscriptions au cours d'anglais langue seconde des inscriptions au cours de français langue seconde, on observe des différences notables dans les proportions d'étudiants étrangers. Les inscriptions de résidents étrangers représentent 48 p. cent du total pour la formation en anglais, mais seulement 5 p. cent pour la formation en français. Autrement dit, le marché de la formation en anglais langue seconde dépend largement de la clientèle étrangère, tandis que le marché de la formation en français langue seconde est principalement tributaire de la clientèle canadienne.

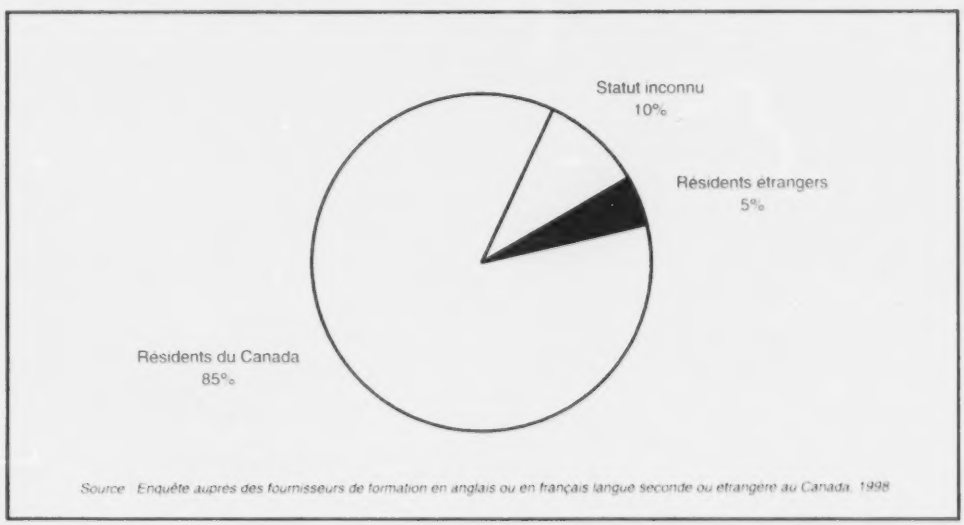
BEST COPY AVAILABLE

Figure 3.8 - Répartition des inscriptions au cours d'anglais langue seconde, selon le statut de l'étudiant, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Figure 3.9 - Répartition des inscriptions au cours de français langue seconde, selon le statut de l'étudiant, Canada, 1998

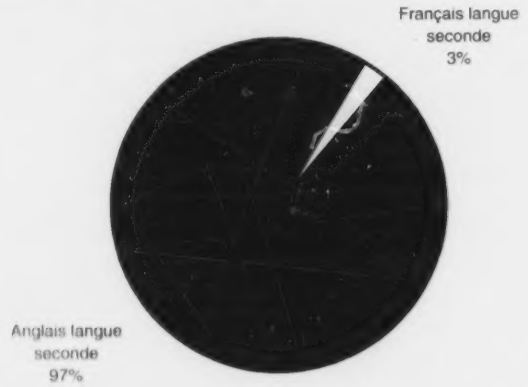


Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

BEST COPY AVAILABLE

Globalement, les inscriptions d'étudiants étrangers sont concentrées très majoritairement (97 p. cent) dans la formation en anglais langue seconde. En 1998, 62 000 des 64 000 inscriptions d'étudiants étrangers déclarées par les établissements ayant participé à l'enquête concernaient la formation en anglais langue seconde.

Figure 3.10 - Proportion des inscriptions d'étudiants étrangers au cours d'anglais ou de français langue seconde, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Lorsqu'on considère uniquement les 64 000 inscriptions d'étudiants étrangers rapportées pour 1998, elles se répartissent comme suit : 39 p. cent dans les établissements publics et 61 p. cent dans les établissements privés. Si on examine le nombre d'inscriptions d'étudiants étrangers selon le type d'établissement, on note une fois de plus des différences dans les proportions. La proportion des inscriptions d'étudiants étrangers dans le secteur public par rapport au total des inscriptions déclarées par ces institutions en 1998 est de 33 p. cent. Ce rapport monte à 44 p. cent pour le secteur privé.

BEST COPY AVAILABLE

Figure 3.11 - Répartition des inscriptions d'étudiants étrangers, selon le type d'établissement, Canada, 1998

Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

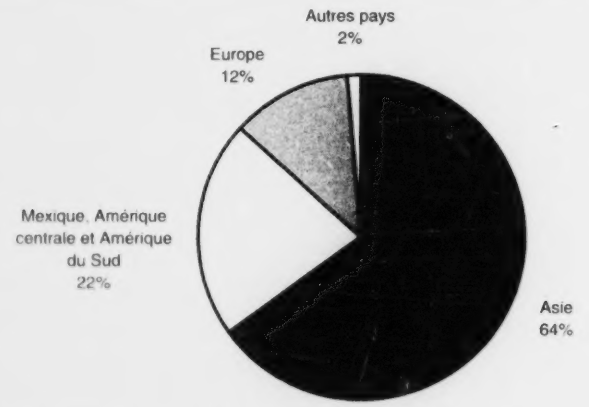
LIEU D'ORIGINE DES ÉTUDIANTS ÉTRANGERS

Les inscriptions d'étudiants d'Asie, d'Amérique latine et d'Europe forment ensemble 99 p. cent du total des inscriptions d'étudiants étrangers. Cependant, les inscriptions d'étudiants asiatiques prédominent. Elles constituent 65 p. cent du total des inscriptions déclarées par les deux types d'établissements mis ensemble. Cette proportion augmente dans le cas des établissements publics (74 p. cent), mais est moindre dans les établissements privés (60 p. cent).

Les inscriptions d'étudiants latino-américains sont les deuxièmes en importance, constituant 22 p. cent du total des inscriptions d'étudiants étrangers (25 p. cent dans les établissements privés et 17 p. cent dans les établissements publics).

BEST COPY AVAILABLE

Figure 3.12 - Répartition des inscriptions d'étudiants étrangers, selon le lieu d'origine, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Les inscriptions d'étudiants européens viennent au troisième rang, constituant 12 p. cent du total. Les inscriptions d'étudiants d'autres pays (notamment des États-Unis) constituent un peu plus de 1 p. cent du total. (Voir le tableau 3.1 dans l'appendice A pour une présentation détaillée des résultats.)

PROFIL DES ÉTUDIANTS ÉTRANGERS

L'enquête a permis de recueillir des données sur le type de clients inscrits à des cours de formation linguistique[19]. Les clients sont répartis selon le motif de l'inscription ou selon le groupe qu'ils représentent. En 1998, les motifs de l'inscription à des cours de langue étaient les suivants, par ordre d'importance :

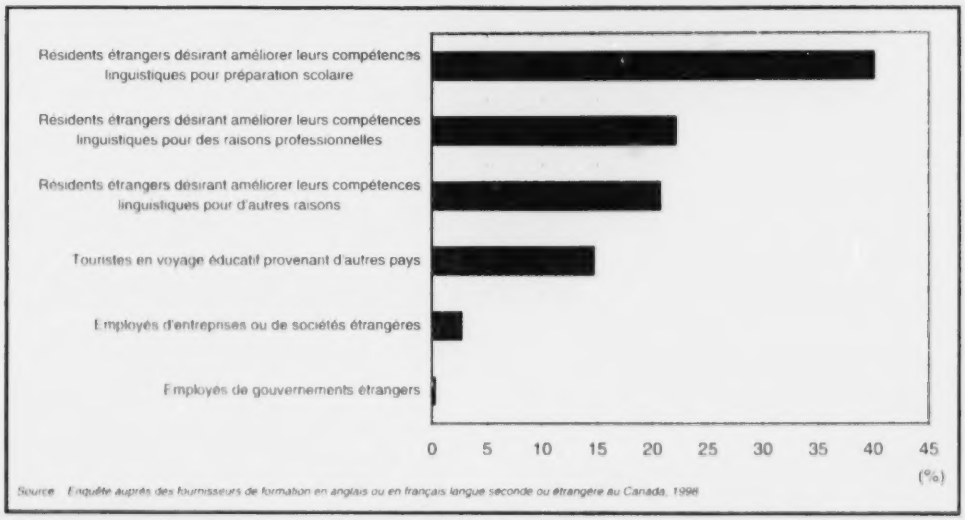
- Améliorer ses compétences linguistiques pour préparation scolaire ou universitaire (40 p. cent).
- Améliorer ses compétences linguistiques pour des raisons professionnelles.
- Touristes en voyage éducatif provenant d'autres pays (15 p. cent).

19. Ces résultats portent sur 59 000 des 64 000 inscriptions d'étudiants étrangers déclarées par les établissements ayant participé à l'enquête.

BEST COPY AVAILABLE

- Seulement 3 p. cent des inscriptions d'étudiants étrangers sont attribuables à des commandites d'entreprises ou de sociétés étrangères, et moins de 1 p. cent sont associées à des programmes de parrainage de gouvernements étrangers.
- Enfin, 21 p. cent des inscriptions d'étudiants étrangers peuvent être rattachées à d'autres raisons diverses[20].

Figure 3.13 - Répartition des inscriptions d'étudiants étrangers à des cours de langue seconde, selon le motif de l'inscription, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Les facteurs qui incitent les résidents canadiens à s'inscrire à des cours de langue seconde sont très différents de ceux qui motivent les résidents étrangers.

- Le principal facteur chez les Canadiens est le soutien offert par des gouvernements ou des organismes publics au Canada (21 p. cent des cas).
- L'amélioration de ses compétences linguistiques pour des raisons professionnelles est le motif qui vient au deuxième rang (18,3 p. cent), tandis que l'amélioration de ses compétences linguistiques

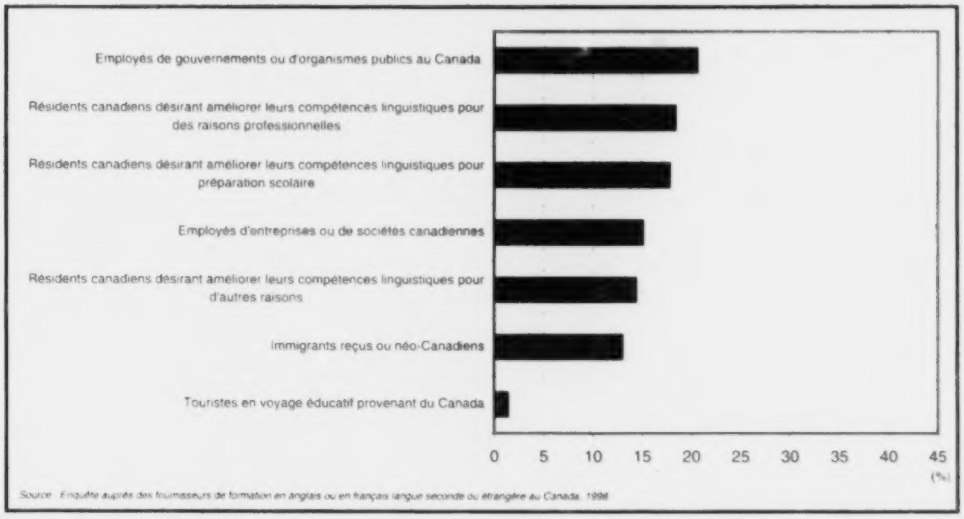
20. Le motif de l'inscription à des cours de langue seconde était essentiellement communiqué par l'établissement et non l'étudiant, ce qui en faisait une information de seconde source. La forte proportion d'inscriptions rattachées à des motifs non spécifiés indique peut-être que les fournisseurs ne consignent pas ce genre d'information.

BEST COPY AVAILABLE

pour préparation scolaire ou universitaire vient au troisième rang (17,7 p. cent).

- Les commandites d'entreprises ou de sociétés canadiennes expliquent 15 p. cent des inscriptions d'étudiants canadiens, ce qui place ce facteur au quatrième rang.
- Viennent ensuite les inscriptions d'immigrants reçus ou de néo-Canadiens (13 p. cent du total).
- Par ailleurs, 14 p. cent des inscriptions de résidents canadiens peuvent être rattachées à d'autres raisons diverses[21].
- Seulement 1 p. cent des inscriptions d'étudiants canadiens se rattachent au facteur « Touristes en voyage éducatif provenant du Canada ».

Figure 3.14 - Répartition des inscriptions d'étudiants canadiens à des cours de langue seconde, selon le motif de l'inscription, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

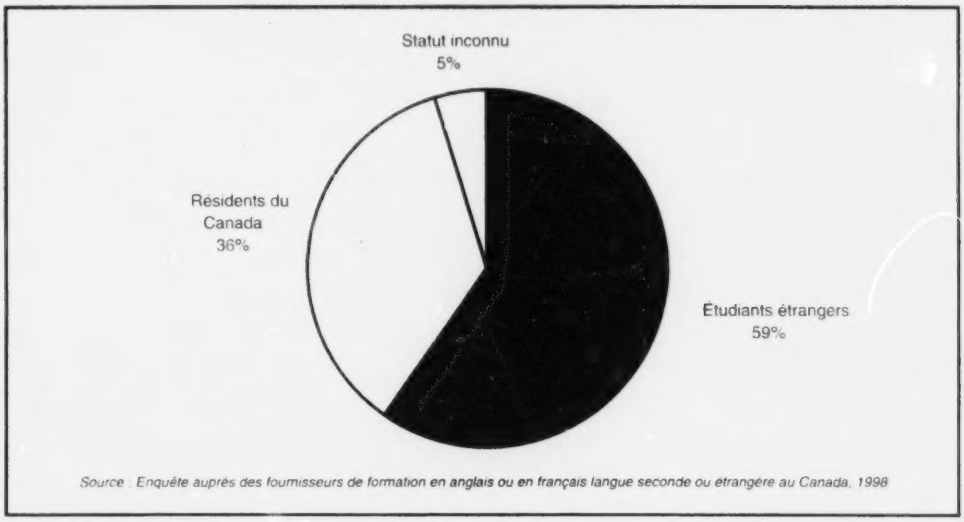
21. La proportion d'inscriptions rattachées à des motifs non spécifiés est moins élevée dans le cas des résidents canadiens, ce qui indique peut-être que les fournisseurs de formation en langue seconde connaîtraient mieux les motifs des étudiants canadiens que ceux des étudiants étrangers.

BEST COPY AVAILABLE

RECETTES PROVENANT DES DROITS DE SCOLARITÉ VERSÉS PAR LES ÉTUDIANTS ÉTRANGERS

Étant donné la différence observée dans les proportions des inscriptions d'étudiants étrangers pour le secteur public et le secteur privé (33 p. cent et 44 p. cent respectivement), on pourrait s'attendre aussi à une différence entre les deux secteurs pour ce qui a trait à la proportion des recettes provenant des droits de scolarité versés par les étudiants étrangers. Or, les résultats de l'enquête sont étonnants sur ce plan, puisque cette proportion est à peu près la même dans le secteur public et le secteur privé. En effet, les inscriptions d'étudiants étrangers représentent 59 p. cent du total des recettes provenant des droits de scolarité pour les établissements publics et 60 p. cent pour les établissements privés. Cette situation s'explique peut-être par la différence de méthodes pédagogiques. En effet, comme les établissements privés recourent davantage à la formation individuelle, les résultats semblent indiquer que ce type d'établissement offrent des séances d'enseignement individuel personnalisées, qui sont plus courtes et au total moins coûteuses que les séances de formation en groupe classiques offertes par les établissements publics. L'enquête n'a pas recueilli de données sur les barèmes de droits de scolarité; les enquêtes ultérieures pourront examiner cet aspect de l'industrie.

Figure 3.15 - Répartition des recettes provenant des droits de scolarité, selon le statut de résidence de l'étudiant, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

L'enquête ne permet pas de connaître la part des inscriptions d'étudiants étrangers dans les recettes totales du secteur de la formation en langue seconde. Toutefois, comme les inscriptions d'étudiants étrangers représentent 59 p. cent du total des recettes provenant des droits de scolarité et que, dans l'ensemble, les droits de scolarité représentent 72 p. cent des recettes totales provenant de la formation en langue seconde, on peut évaluer à 125 millions de dollars approximativement la part des recettes totales du secteur (chiffre corrigé) attribuable aux inscriptions d'étudiants étrangers.

BEST COPY AVAILABLE

4. QUESTIONS CONCERNANT L'ENSEIGNEMENT DES LANGUES SECONDES

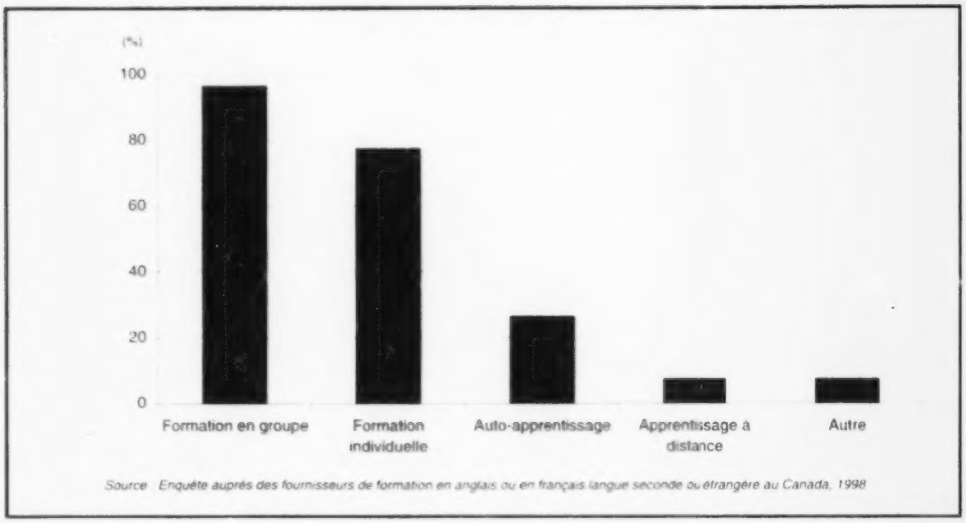
L'ENSEIGNEMENT DANS UNE ÉCONOMIE DU SAVOIR

Dans cette économie du savoir en émergence, l'enseignement est une profession en pleine mutation. L'énorme quantité de connaissances à transmettre oblige les professeurs à se convertir en formateurs. De plus, l'évolution des méthodes de formation découlant des nouvelles technologies crée un défi additionnel pour les membres de la profession. Ainsi, de nouvelles méthodes viennent appuyer les méthodes d'enseignement classiques. L'enquête a permis de recueillir des données sur les méthodes pédagogiques et les outils d'enseignement utilisés par les établissements de formation en langue seconde.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation en groupe est encore la méthode pédagogique la plus largement utilisée dans les établissements de formation en langue seconde. Quatre-vingt-seize p. cent des répondants disent l'utiliser. Cependant, la formation individuelle est aussi largement utilisée (77 p. cent des répondants). L'auto-apprentissage, formule moins structurée mais plus exigeante sur le plan de la discipline personnelle, est signalé par seulement 26 p. cent des établissements. L'apprentissage à distance et les autres méthodes sont relativement peu utilisés, puisque seulement 7 p. cent des répondants les mentionnent.

Figure 4.1 - Pourcentage d'établissements utilisant l'une ou l'autre des méthodes pédagogiques énumérées, Canada, 1998

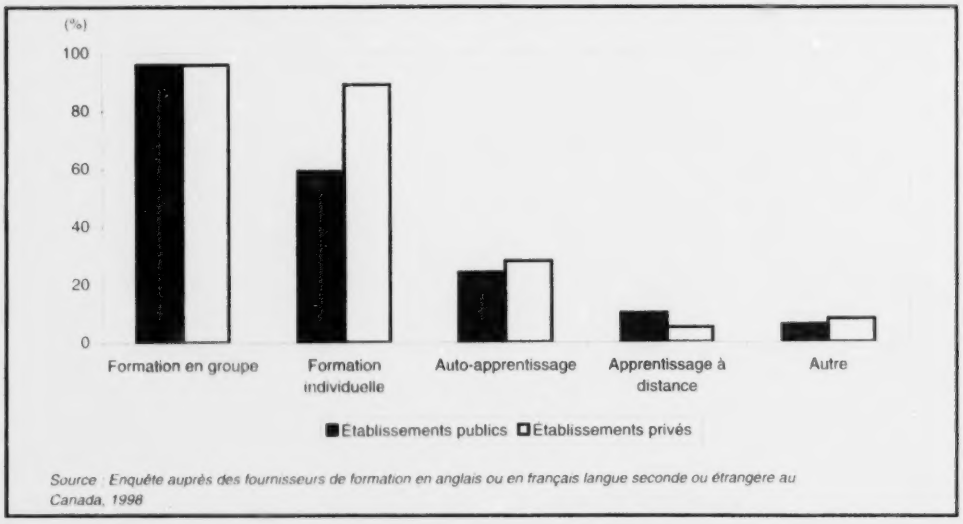


Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Des différences intéressantes apparaissent à ce chapitre lorsqu'on examine séparément les établissements publics et les établissements privés. Tandis que les deux catégories d'établissements disent utiliser la formation en groupe dans les mêmes proportions (96 p. cent), les établissements privés utilisent proportionnellement plus la formation individuelle (89 p. cent contre seulement 59 p. cent pour les établissements publics). En revanche, les établissements du secteur public utilisent l'apprentissage à distance dans une plus forte proportion que les établissements privés (10 p. cent contre 5 p. cent). Enfin, ces derniers recourent relativement plus souvent à l'auto-apprentissage (28 p. cent contre 24 p. cent pour le secteur public).

BEST COPY AVAILABLE

Figure 4.2 - Pourcentage d'établissements utilisant l'une ou l'autre des méthodes pédagogiques énumérées, selon le type d'établissement, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

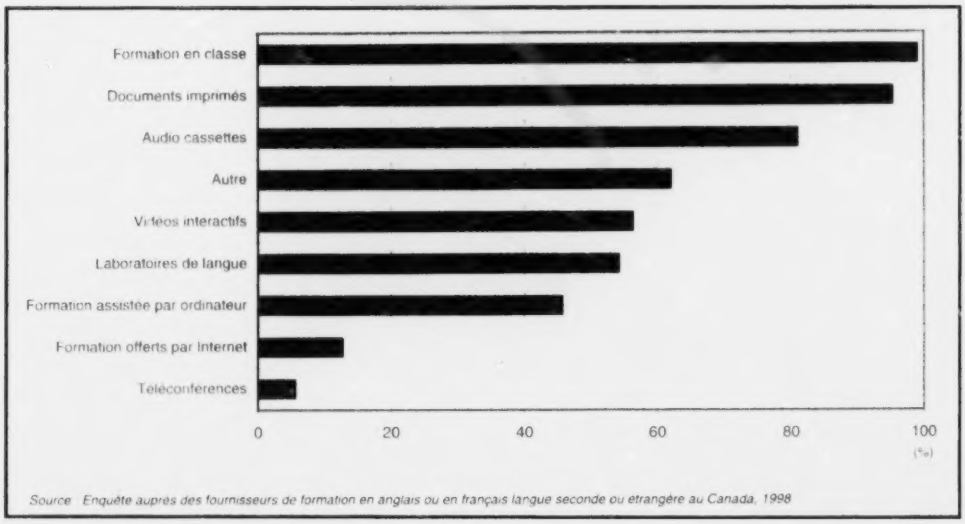
OUTILS D'ENSEIGNEMENT

Le questionnaire d'enquête contenait une question sur l'usage des outils d'enseignement classiques et des méthodes fondées sur les nouvelles technologies. (Voir le tableau 4.1 de l'appendice A pour une présentation détaillée des résultats.)

De manière générale, les méthodes classiques (formation en classe, laboratoires de langue et documents imprimés) prédominent dans le secteur de la formation en langue seconde : 99 p. cent des établissements ont recours à la formation en classe et 95 p. cent disent utiliser des documents imprimés. Les laboratoires de langue sont utilisés (quelque peu ou beaucoup) par 54 p. cent des établissements.

BEST COPY AVAILABLE

Figure 4.3 - Pourcentage d'établissements utilisant l'une ou l'autre des méthodes de formation énumérées, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Les données de l'enquête relatives à l'utilisation des nouvelles technologies d'apprentissage sont révélatrices. Même si ces méthodes ne sont pas aussi largement utilisées que les méthodes classiques, elles sont intégrées dans les programmes de formation en anglais ou en français langue seconde. Ainsi, 81 p. cent des établissements ayant participé à l'enquête disent utiliser les audio-cassettes, 56 p. cent ont recours aux vidéos interactifs et 46 p. cent à la formation assistée par ordinateur.

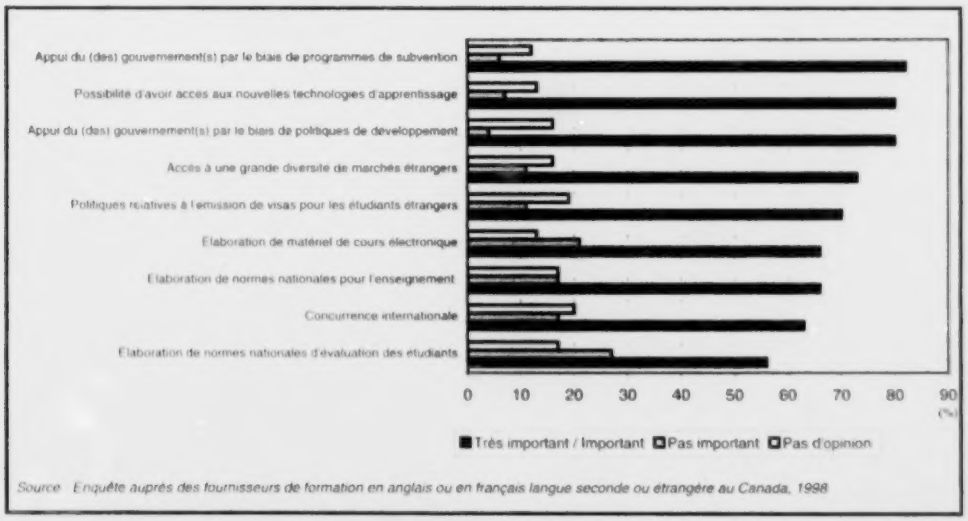
Les établissements publics et privés n'utilisent pas nécessairement les mêmes moyens d'enseignement, comme le laissent entendre les résultats de l'enquête. Les établissements publics ont une longueur d'avance dans l'utilisation des nouvelles technologies d'apprentissage. Quatre-vingt-cinq p. cent d'entre eux intègrent l'audio-cassette dans leurs programmes, alors que 78 p. cent des établissements privés disent faire de même. En revanche, les établissements privés devancent les établissements publics pour ce qui est de l'utilisation des vidéos interactifs (60 p. cent contre 51 p. cent). La formation assistée par ordinateur est encore relativement peu utilisée, mais elle est présente dans les programmes des deux types d'établissements à peu près dans les mêmes proportions (46 p. cent pour les établissements privés et 45 p. cent pour les établissements publics).

BEST COPY AVAILABLE

ÉVALUATION DE L'IMPORTANCE DE DIVERS FACTEURS POUR L'AVENIR DU SECTEUR

En tant que membres d'un secteur d'activité en expansion, les fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde étaient appelés à se prononcer sur le degré d'importance de divers facteurs qui pouvaient influer sur la croissance du secteur de la formation linguistique. Les résultats montrent que l'appui des gouvernements et l'accès aux nouvelles technologies d'apprentissage sont les facteurs jugés les plus importants, tandis que l'élaboration de normes nationales d'évaluation des étudiants est le facteur jugé le moins important.

Figure 4.4 - Degré d'importance de divers facteurs pour la croissance future du secteur de la formation linguistique, Canada, 1998



Source : Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

Quatre-vingt-deux p. cent des répondants considèrent l'appui des gouvernements par le biais de programmes de subventions comme un facteur très important ou important; 80 p. cent des répondants cotent de la même manière l'accès aux nouvelles technologies d'apprentissage, ainsi que l'appui des gouvernements par le biais de politiques de développement. Au quatrième rang vient l'accès à une grande diversité de marchés étrangers (73 p. cent) et au cinquième rang, les politiques relatives à l'émission de visas pour les étudiants étrangers (70 p. cent). D'autres facteurs, comme l'élaboration de normes nationales pour l'enseignement et l'élaboration de matériel de cours électronique, sont

BEST COPY AVAILABLE

jugés très important ou important par 66 p. cent des répondants. La concurrence internationale est considérée comme importante par 63 p. cent des établissements, tandis que l'élaboration de normes nationales d'évaluation des étudiants est le facteur jugé le moins important, puisque seulement 56 p. cent des établissements le considèrent comme un facteur très important ou important.

Les fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde voudraient profiter en premier lieu des programmes de subventions de l'État. Par contre, ils hésiteraient à appuyer des mesures qui ajouteraient à la réglementation, comme l'élaboration de normes nationales d'évaluation des étudiants ou l'élaboration de normes nationales pour l'enseignement. Les fournisseurs de formation en langue seconde évoluent dans un secteur peu réglementé et ils semblent vouloir conserver cette indépendance relative.

CONCLUSION

L'enquête de 1998 était la première enquête exhaustive à être menée auprès des fournisseurs de formation en langue seconde au Canada. Beaucoup d'efforts ont été déployés pour dresser un inventaire des établissements de formation en langue seconde, définir l'industrie et en comprendre son fonctionnement.

Les résultats de l'enquête nous ont permis de mieux connaître le secteur de la formation en langue seconde au Canada. Ainsi, nous savons maintenant que ce secteur est formé d'une composante publique de taille appréciable et d'une composante privée de taille encore plus grande et que les deux composantes sont largement tributaires des marchés étrangers. Outre la différenciation des produits et du marché, les deux secteurs appliquent les méthodes de formation classiques et les nouvelles technologies d'apprentissage dans des proportions différentes.

Le principal débouché étranger du secteur canadien de la formation en langue seconde se compose des résidents étrangers qui étudient au Canada. Sur les quelque 290 000 inscriptions estimées en 1998, environ 110 000 sont des inscriptions d'étudiants étrangers. Les dépenses de marketing du secteur sont concentrées actuellement au Canada, en Asie et en Amérique latine, mais l'Europe est vue comme un important marché naissant. Les activités des établissements canadiens à l'étranger sont encore très limitées.

L'enquête a répondu à bon nombre des objectifs qui avaient été fixés au départ. Toutefois, afin d'améliorer la qualité générale des données et de mieux mesurer les caractéristiques de ce secteur en rapide évolution, on devrait prendre en considération les recommandations suivantes pour les enquêtes futures.

Sur le plan du contenu :

- Obtenir de l'information sur les barèmes des droits de scolarité pour les étudiants canadiens et étrangers.
- Obtenir de l'information sur la durée des programmes.
- Obtenir de l'information sur les autres activités commerciales des établissements.

Sur le plan des opérations d'enquête :

- Réduire le fardeau de réponse des établissements.
- Utiliser des questionnaires différents pour chaque type d'établissement.
- Réduire au maximum le délai entre la création de la base de sondage et la collecte des données.

APPENDICE A: TABLEAUX STATISTIQUES

Tableau 1.1 - Répartition des inscriptions, selon le niveau de recettes de l'établissement et le statut de résidence des étudiants, Canada, 1998

	Nombre total d'inscriptions (%)	Résidents Canadiens (%)	Résidents étrangers (%)	Statut inconnu (%)
Tous les établissements				
Moins de 200 000 dollars	6,7	8,3	2,0	35,9
De 200 000 à 499 999 dollars	9,6	10,1	6,4	38,9
De 500 000 à 999 999 dollars	16,2	18,1	14,6	3,3
De 1 000 000 à 1 999 999 dollars	16,5	14,3	21,0	0,0
2 000 000 de dollars ou plus	41,7	40,2	45,6	21,6
Ne sait pas / non spécifié	9,3	9,0	10,4	0,3
Établissements publics				
Moins de 200 000 dollars	7,0	7,8	1,4	44,7
De 200 000 à 499 999 dollars	2,7	1,8	4,4	3,3
De 500 000 à 999 999 dollars	11,0	9,7	14,1	5,6
De 1 000 000 à 1 999 999 dollars	15,8	15,0	18,7	0,0
2 000 000 de dollars ou plus	51,1	52,2	49,7	45,8
Ne sait pas / non spécifié	12,4	13,5	11,7	0,6
Établissements privés				
Moins de 200 000 dollars	6,5	8,7	2,4	28,0
De 200 000 à 499 999 dollars	15,5	18,6	7,6	70,7
De 500 000 à 999 999 dollars	20,6	26,6	14,9	1,3
De 1 000 000 à 1 999 999 dollars	17,0	13,5	22,4	0,0
2 000 000 de dollars ou plus	33,7	28,1	43,0	0,0
Ne sait pas / non spécifié	6,7	4,5	9,7	0,0

Source : *Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998*

Tableau 1.2 - Répartition des employés, selon le niveau de recettes de l'établissement et la catégorie d'employés, Canada, 1998

	Nombre total d'employés	Propriétaire /employés à temps plein	Employés à temps partiel	À forfait / à la session	Temporaires /bénévoles /personnes non rémunérées
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Tous les établissements					
Moins de 200 000 dollars	13,3	7,4	14,2	16,4	19,0
De 200 000 à 499 999 dollars	8,3	8,8	10,6	7,1	5,7
De 500 000 à 999 999 dollars	13,0	10,8	9,4	16,1	16,6
De 1 000 000 à 1 999 999 dollars	17,3	16,1	14,5	20,2	17,6
2 000 000 de dollars ou plus	38,7	41,8	47,1	29,7	39,3
Ne sait pas / non spécifié	9,4	15,1	4,2	10,5	1,8
Établissements publics					
Moins de 200 000 dollars	15,1	8,2	26,0	12,0	21,6
De 200 000 à 499 999 dollars	3,2	4,3	1,7	3,7	2,0
De 500 000 à 999 999 dollars	10,5	6,0	12,8	9,7	15,9
De 1 000 000 à 1 999 999 dollars	19,2	14,7	15,4	23,0	18,3
2 000 000 de dollars ou plus	41,8	53,4	40,7	37,2	40,6
Ne sait pas / non spécifié	10,2	13,4	3,4	14,4	1,6
Établissements privés					
Moins de 200 000 dollars	11,6	7,0	8,1	25,8	11,9
De 200 000 à 499 999 dollars	13,3	11,0	15,1	14,2	15,8
De 500 000 à 999 999 dollars	15,4	13,2	7,7	29,8	18,3
De 1 000 000 à 1 999 999 dollars	15,4	16,8	14,0	14,3	15,8
2 000 000 de dollars ou plus	35,6	36,2	50,5	13,7	35,7
Ne sait pas / non spécifié	8,7	15,8	4,6	2,2	2,5

Source : *Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998*

Tableau 2.1 - Pourcentage d'établissements organisant des activités connexes à la formation en anglais ou en français langue seconde, selon le type d'activité, Canada et les régions, 1998

	Canada	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique et Territoires
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Visites de musées, concerts, pièces de théâtre et autres attractions	69,3	71,4	40,8	83,6	70,3	80,8
Participation à des festivals locaux ou à des activités communautaires	57,8	64,3	26,5	65,5	59,3	78,7
Participation ou présence à des manifestations sportives	47,4	42,9	16,3	50,9	59,3	70,2
Activités touristiques comme la visite de parcs, de lieux historiques, etc.	61,5	64,3	30,6	67,3	74,1	78,7
Activités de la vie quotidienne (p. ex., visite à l'épicerie, à la banque, etc.)	58,3	85,7	34,7	60,0	63,0	70,2
Visites d'employeurs	32,8	35,7	20,4	30,9	37,0	44,7
Autres activités	42,2	50,0	30,6	41,8	44,4	51,1
Ne s'applique pas	17,2	0,0	40,8	9,1	11,1	10,6

Source : *Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998*

170

BEST COPY AVAILABLE

Tableau 2.2 - Pourcentage d'établissements utilisant des techniques de marketing, selon le type de techniques et le type d'établissement, Canada, 1998

	Total (%)	Établ. publics (%)	Établ. privés (%)
Documents écrits	**96,4**	**98,8**	**96,4**
Inscription dans les Pages Jaunes	51,6	12,5	79,5
Publipostage	44,3	52,5	38,4
Annonces publicitaires dans les médias imprimés et les revues grand public	72,9	76,3	70,5
Encarts publicitaires et brochures	81,3	88,8	75,9
Annonces publicitaires dans les revues pédagogiques et autres revues spécialisées	49,5	58,8	42,9
Documents électroniques	**81,3**	**90,0**	**75,0**
Page Web	68,2	80,0	59,8
Publicité par courrier électronique	30,7	30,0	31,1
Autres activités par Internet	14,1	12,5	15,2
Envois par télécopieur	47,9	41,3	52,7
Cédérom	14,6	16,3	13,4
Publicité radiodiffusée ou télévisée	17,2	22,5	13,4
Contacts personnels	**84,9**	**82,5**	**86,6**
Rencontres avec des clients canadiens actuels ou potentiels	66,1	65,0	67,0
Rencontres avec des représentants étrangers ou des diplomates en poste au Canada	41,7	42,5	41,1
Participation à des conférences organisées au Canada	44,3	47,5	42,0
Participation à des foires au Canada	36,5	38,8	34,8
Participation à des foires à l'étranger	38,5	42,5	35,7
Présentations à l'étranger	40,1	45,0	36,6
Anciens étudiants nous ont fait connaître dans leur pays d'origine	42,7	35,0	48,2

Utilisation d'agents	**48,4**	**47,5**	**49,1**
Avons retenu les services d'au moins un agent d'éducation dans un autre pays	38,5	31,3	43,8
Avons fourni des documents d'information aux agents de voyage	38,5	35,0	41,1
Avons fourni des documents d'information aux guides et organisateurs de voyages	31,3	28,8	33,0
Autre	**14,1**	**17,5**	**11,6**
Autres activités de marketing	14,1	17,5	11,6

Source : *Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998*

Tableau 2.3 - Répartition géographique des activités de marketing, selon le type d'établissement, Canada et le Reste du Monde, 1998

	Total (%)	Établissements publics (%)	Établissements privés (%)
Canada	40,5	39,8	41,3
Asie	20,4	17,9	22,3
Mexique, Amérique centrale et Amérique du Sud	18,3	18,3	18,4
Afrique	2,1	3,6	1,0
États-Unis	4,0	6,7	2,0
Europe	14,2	13,4	14,8
Oceanie	0,6	0,9	0,3

Source : *Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998*

Tableau 3.1 - Répartition des inscriptions d'étudiants étrangers, selon le lieu d'origine et le type d'établissement, Canada, 1998

	Total (%)	Établissements publics (%)	Établissements privés (%)
Pays ou régions			
Asie	65,0	73,9	59,5
Mexique, Amérique centrale et Amérique du Sud	21,7	16,8	24,8
Afrique	0,6	0,6	0,5
États-Unis	0,9	1,9	0,2
Europe	11,8	6,8	15,0
Oceanie	0,0	0,0	0,0

Source : *Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998*

Tableau 4.1 - Répartition des méthodes de formation, selon le degré d'utilisation et le type d'établissement, Canada, 1998

	Total			Établissements publics			Établissements privés		
	Beaucoup	Quelque peu	Pas du tout	Beaucoup	Quelque peu	Pas du tout	Beaucoup	Quelque peu	Pas du tout
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Méthodes classiques									
Formation en classe	94,2	**	**	89,9	**	**	97,3	**	**
Laboratoires de langue	16,8	37,3	45,9	25,9	41,6	32,5	10,2	34,2	55,6
Documents imprimés	68,6	26,6	4,8	72,7	**	**	65,8	27,0	7,2
Nouvelles méthodes d'apprentissage									
Audio-cassettes	29,8	51,1	19,1	20,5	64,1	15,4	36,4	41,8	21,8
Vidéos interactifs	7,6	48,6	43,8	**	50,0	**	11,9	47,7	40,0
Formation assistée par ordinateur (p. ex., cédérom)	7,6	38,0	54,3	9,2	35,5	55,3	6,5	39,8	53,7
Autre	5,2	9,4	85,5	4,7	10,6	84,7	5,5	8,5	86,0

*** Les résultats indiqués par ce symbole ne sont pas assez fiables pour être affichés.*

Source : *Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998*

BEST COPY AVAILABLE

APPENDICE B : MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE ET QUALITÉ DES DONNÉES

Cet appendice décrit la méthodologie de l'enquête de 1998 auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada. Comme c'était la première enquête du genre concernant le secteur de la formation en langue seconde, les deux principales tâches ont été la création d'une base de sondage complète et la conception d'un questionnaire qui tienne compte de la capacité des établissements à fournir l'information demandée.

OBJECTIFS DE L'ENQUÊTE

L'enquête a été réalisée avec l'appui du ministère du Patrimoine canadien, d'Industrie Canada, de la Commission canadienne du tourisme, de Formation linguistique Canada et du Réseau des centres d'éducation canadiens.

Elle avait pour objet d'exposer clairement la contribution du secteur de la formation en langue seconde à l'activité économique du pays et de fournir aux décideurs, aux membres de l'industrie et aux autres intervenants l'information statistique nécessaire à l'élaboration des politiques pertinentes ou à une prise de décisions éclairée.

Les objectifs spécifiques de l'enquête étaient les suivants :

- mesurer la taille du secteur de la formation en langue seconde au moyen de certains paramètres (recettes totales, nombre d'inscriptions, nombre d'employés);

- estimer l'apport des étudiants étrangers au moyen de paramètres tels que le nombre d'étrangers venant étudier au Canada et le volume d'activité des établissements canadiens à l'extérieur du Canada;
- mesurer la croissance du secteur;
- décrire les caractéristiques du secteur (p. ex. type de services offerts, méthodes d'enseignement utilisées, mode de fonctionnement, techniques de marketing utilisées, etc.);
- définir les questions qui ont une incidence sur le secteur.

BASE DE SONDAGE

Comme il s'agissait de la première enquête du genre dans le secteur, il a fallu répertorier tous les établissements publics et privés qui offrent de la formation en langue seconde. On a dressé une première liste à l'aide de diverses sources publiques (p. ex., listes fournies par les administrations provinciales, Pages Jaunes, associations professionnelles, ministères du gouvernement fédéral, et Registre des entreprises de Statistique Canada).

Ensuite, on a épuré cette liste, qui contenait plus d'un millier d'entités, afin de conserver uniquement les établissements qui répondaient aux critères de sélection[1]. À cette fin, on a réalisé une enquête téléphonique en juin 1998, qui a permis en même temps de valider le nom et l'adresse de la personne-ressource en vue de l'enquête envoi/retour par la poste. La liste finale contenait 331 établissements privés et 159 établissements publics.

PLAN DE SONDAGE ET CHAMP DE L'ENQUÊTE

Comme on vient de le mentionner, l'enquête a été réalisée en deux étapes. Premièrement, une enquête téléphonique a servi à créer une liste maîtresse des établissements qui devaient participer à l'enquête. Deuxièmement, à la fin de janvier 1999, on a expédié un questionnaire

1. Pour connaître ces critères, voir la description de la population cible dans l'Introduction.

postal à chaque établissement. À la fin du délai prévu pour le retour des questionnaires, seulement 30 p. cent des questionnaires avaient été retournés.

Afin d'accroître le taux de réponse, on a envoyé une lettre de rappel aux non-répondants en mars 1999 et on a fait des appels téléphoniques de suivi. Toutefois, ces efforts n'ont pas suffi. En juillet, pour réduire au maximum le fardeau de réponse, on a élaboré une version abrégée du questionnaire. Cette version a servi pour un échantillon de non-répondants interviewé par téléphone. Nous avons pu ainsi, par la même occasion, mesurer le biais dû à la non-réponse. Malheureusement, ces efforts n'ont pas permis d'accroître sensiblement le taux de réponse, qui est demeuré relativement faible (46 p. cent), mais ils ont permis d'observer des différences notables entre les caractéristiques des participants à l'enquête envoi/retour par la poste et celles des participants à l'enquête de suivi. Autrement dit, l'information produite par les 46 p. cent de répondants n'était pas parfaitement représentative de la population.

Taux de réponse, selon le type d'établissement, Canada et les provinces, 1998

Province ou région	Établissements publics			Établissements privés			Taux de réponse global (%)
	Population cible	Nombre de répondants	Taux de réponse (%)	Population cible	Nombre de répondants	Taux de réponse (%)	
Atlantique	17	11	64.7	14	5	35.7	51.6
Québec	44	19	43.2	116	38	32.8	35.6
Ontario	42	26	61.9	94	43	45.7	50.7
Prairies	30	20	66.7	18	11	61.1	64.6
Colombie-Britannique	26	15	57.7	89	39	43.8	47.0
CANADA	159	91	57.2	331	136	41.1	46.3

PONDÉRATION

Dans une enquête probabiliste, chaque unité de l'échantillon est affectée d'un coefficient de pondération. Ce coefficient, ou poids, désigne le nombre d'unités de la population que l'unité échantillonnée est censée représenter. Les poids servent à établir des estimations justes à partir des données d'enquête. L'enquête n'a pas été conçue au départ comme une enquête par sondage; elle se voulait un recensement qui s'adressait à toutes les entreprises du secteur. Pour cette raison, et à cause de contraintes de temps et de contraintes financières, on n'a pas calculé de poids pour les unités de l'échantillon.

Cependant, afin d'obtenir une mesure plus exacte de la taille du secteur de la formation en langue seconde (exprimée par les recettes totales, le nombre d'inscriptions ou le nombre d'employés), on a élaboré une méthode pour pondérer des groupes d'unités. Cela s'est fait en trois étapes. Premièrement, on a supposé que la composante privée du secteur de la formation en langue seconde avait la même structure — au sens de la répartition des établissements selon le niveau des recettes totales — que l'ensemble du secteur des services linguistiques. La structure du secteur de la formation linguistique a été évaluée au moyen de la répartition du revenu brut d'entreprise, telle que la présente le Registre des entreprises de Statistique Canada. Deuxièmement, on a supposé que la structure déclarée de la composante publique du secteur de la formation en langue seconde était représentative. Troisièmement, on a calculé les recettes totales pour chaque catégorie de recettes en multipliant le nombre d'établissements recensés dans cette catégorie par la moyenne des recettes déclarées pour la même catégorie.

Par conséquent, il est recommandé d'interpréter avec prudence les résultats de l'enquête, et on doit éviter d'en généraliser les conclusions.

Centre des statistiques sur l'éducation

Enquête auprès des fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada, 1998

CONFIDENTIEL une fois rempli

Renseignements recueillis en vertu de la Loi sur la Statistique du Canada, 1985, chapitre S19

English on the reverse side.

Veuillez, au besoin, corriger les renseignements sur l'étiquette-adresse, ci-dessus.

Personne-ressource	Titre	
Nom du département		
Ecole / entreprise / organisme		
Adresse		
Ville	Province	Code postal

But de l'enquête

La présente enquête recueille des renseignements sur les fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère au Canada. Les résultats de cette enquête aideront les Canadiens et les gouvernements canadiens à comprendre la contribution de cette branche d'activité à l'économie canadienne, à mettre sur pied des recherches et à élaborer des politiques satisfaisantes pour ce secteur. Statistique Canada réalise cette enquête pour le compte du ministère du Patrimoine canadien, d'Industrie Canada, de la Commission canadienne du tourisme, de Formation linguistique Canada et du Réseau des centres d'éducation canadiens.

Confidentialité des renseignements

La loi interdit à Statistique Canada de publier ou de diffuser des informations obtenues au cours de cette enquête, qui dévoilent des renseignements sur tout organisme ou toute entreprise ou institution reconnaissable. Les données recueillies grâce au questionnaire sont strictement confidentielles et seront traitées comme telles; elles seront utilisées à des fins statistiques et seront publiées sous une forme agrégée. La clause de confidentialité de la Loi sur la statistique n'est pas touchée par la Loi sur l'accès à l'information ou tout autre loi.

Votre participation est importante

Vous n'êtes pas obligé de participer à cette enquête. Cependant votre coopération est essentielle pour assurer la précision des renseignements recueillis et du profil du secteur de la formation en langue seconde au Canada qui découlera de cette enquête.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Veuillez remplir le questionnaire et le retourner dans les 15 jours suivant la date de réception

Si vous avez besoin d'aide pour remplir ce questionnaire ou si vous avez des questions à propos de l'enquête, veuillez contacter:

Le Centre des statistiques sur l'éducation
Statistique Canada
Parc Tunney
Ottawa, Ontario
K1A 0T6

Téléphone: (613) 951-1519 ou (613) 951-3280
Télécopieur: (613) 951-9040
E-Mail: couirob@statcan.ca

8-2200-396 1998-11-10 SQC/ECT-173-75145

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

BEST COPY AVAILABLE

Appendice C: questionnaire d'enquête

1. Consultez le glossaire des termes qui se trouve à la fin du questionnaire pour tout terme qui vous est inconnu.

2. Les fournisseurs de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère **oeuvrant dans des établissements d'enseignement publics ou privés (cégeps, collèges, universités)** doivent déclarer que la formation qui **NE sert PAS** à l'obtention de crédits menant à un certificat, à un diplôme ou à un grade dans un champ d'études autres que l'anglais ou le français langue seconde. Par exemple, n'incluez pas les cours obligatoires d'un cégep, les cours requis pour l'obtention d'un certificat dans toute matière offerte à un collège (par ex. voyage et tourisme) ou des cours qui servent à l'obtention d'un baccalauréat ès arts en anglais ou en français, d'une maîtrise en relations internationales ou autres.

   Veuillez inclure:

   - les cours qui mènent à l'obtention d'un certificat en anglais ou français langue seconde
   - les cours suivis afin de rencontrer les exigences d'admission à un programme régulier d'études dans une institution d'enseignement canadienne
   - tout autre cours non crédités qui visent à améliorer les compétences en anglais ou en français langue seconde ou étrangère.

3. Les **écoles de langues privées** doivent déclarer tous les cours d'anglais ou de français langue seconde ou étrangère, peu importe le type d'étudiants inscrits, la structure des frais, la longueur ou le niveau de difficulté des cours offerts.

4. Les **autres entreprises** qui oeuvrent dans différents secteurs d'activité commerciale dont la provision de cours d'anglais ou de français langue seconde ou étrangère, doivent déclarer tous les cours d'anglais ou de français langue seconde ou étrangère, peu importe le type d'étudiants inscrits, la structure des frais, la longueur ou le niveau de difficulté des cours offerts.

5. Les **enseignants et les moniteurs pigistes NE** doivent **PAS** déclarer des renseignements sur la formation dispensée lorsqu'ils travaillaient à forfait pour une école de formation privée, un cégep, un collège ou une université publics ou privés, ou un autre genre d'école. Les renseignements relatifs au travail à forfait effectué pour une école offrant des cours de formation linguistique seront recueillis directement de l'école elle-même. Seuls les renseignements sur la formation dispensée lorsque vous ne travaillez pas à forfait pour une école (par exemple, lorsque vous travaillez à forfait pour un gouvernement, une entreprise ou une société ou comme moniteur privé) devraient être déclarés.

6. Toutes les sommes d'argent doivent être déclarées en dollars canadiens. Si la réponse à une question est une somme d'argent et que celle-ci est zéro, veuillez inscrire «0» dans la case appropriée plutôt que de la laisser en blanc.

Commencez ici

▼

Exercice financier - Période de déclaration

FY 1.1 À moins d'indication contraire, la présente étude recueille des renseignements pour l'exercice financier de votre entreprise ou de votre organisme qui s'est terminé **entre le 1er janvier 1998 et le 31 décembre 1998**. Cet exercice financier sera appelé «période de déclaration» tout au long de ce questionnaire.

001 1 ○ Pas en affaire en 1998 ▶ **Passez à la section F**

2 ○ En affaire en 1998 ▶ Début de l'exercice financier 002 — Jour | Mois | Année

▶ Fin de l'exercice financier 003 — Jour | Mois | Année 9 8

Page 2 8-2200-396

BEST COPY AVAILABLE

SECTION A – Renseignements généraux

A 1.1 **Est-ce que votre entreprise ou organisme a dispensé de la formation linguistique en anglais ou en français langue seconde ou étrangère pendant la période de déclaration ?**

004 1 ○ Oui

2 ○ Non ▶ **Passez à la section F**

A 1.2 En quelle année votre entreprise ou organisme a-t-il dispensé pour la première fois de la formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère ?

005 [ ] Anglais

006 [ ] Français

A 1.3 Comment décrivez-vous votre entreprise ou organisme ? **Ne cochez qu'une seule réponse.**

007 1 ○ Une école primaire / secondaire publique ou privée ou une commission scolaire publique ▶ **Passez à la section F**

2 ○ Un CEGEP, un collège ou une université publique

3 ○ Un CEGEP, un collège ou une université privée ▶ **Passez à la section B**

4 ○ Un pigiste, un professeur ou un moniteur privé

5 ○ Une école de langue privée

6 ○ Une entreprise dont l'une des activités commerciales est la provision de cours de langues ▶ **Passez à la question A 1.4**

7 ○ Autre (veuillez préciser)

S07 [ ]

A 1.4 Laquelle de ces descriptions conviendrait le mieux à votre entreprise ou à votre organisme? **Ne cochez qu'une seule réponse.**

008 1 ○ Une entreprise ou un organisme à but lucratif

2 ○ Une entreprise ou un organisme sans but lucratif ou de bienfaisance

3 ○ Une entreprise ou organisme ayant à la fois des activités à but lucratif et des activités sans but lucratif

A 1.5 La formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère a-t-elle été offerte **SEULEMENT** dans le cadre d'un programme de camp d'été pour les enfants ou les jeunes ?

009 1 ○ Oui

2 ○ Non

A 1.6 Durant la période de déclaration, votre entreprise ou organisme s'est-il livré à des activités commerciales **autres que** la formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère ?

010 1 ○ Oui

2 ○ Non ▶ **Passez à la section B**

A 1.7 Quelle a été le total des recettes de **toutes les activités** de votre entreprise ou organisme pendant la période de déclaration ?

Recettes totales (en dollars canadiens)

011 [ ].00

A 1.8 Quelle a été le total des dépenses de **toutes les activités** de votre entreprise ou organisme pendant la période de déclaration ?

Dépenses totales (en dollars canadiens)

012 [ ].00

BEST COPY AVAILABLE

SECTION B - Activités de marketing pour les services de formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère

Dans la Section B, veuillez déclarer les activités de marketing menées **au Canada ou dans d'autres pays, UNIQUEMENT pour la formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère** sans égard au lieu où fut dispensée la formation (au Canada ou dans d'autres pays)

B 1.1 Parmi les techniques de marketing suivantes, lesquelles avez-vous utilisées pour promouvoir vos services de formation en anglais ou français langue seconde ou étrangère pendant la période de déclaration ? **Cochez toutes les techniques utilisées.**

Documents écrits

[100] 01 ◯ Inscription dans les Pages Jaunes
02 ◯ Publipostage
03 ◯ Annonces publicitaires dans les médias imprimés et les revues pour le grand public
04 ◯ Encarts publicitaires et brochures
05 ◯ Annonces publicitaires dans les revues pédagogiques et autres revues spécialisées

Documents électroniques

06 ◯ Page Web
07 ◯ Publicité par courrier électronique
08 ◯ Autres activités par Internet
09 ◯ Envois par télécopieur
10 ◯ Cédérom
11 ◯ Publicité radiodiffusée ou télévisée

Contacts personnels

12 ◯ Rencontres avec des clients canadiens actuels ou potentiels
13 ◯ Rencontres avec des représentants étrangers ou des diplomates en poste au Canada
14 ◯ Participation à des conférences organisées par des associations ou des entreprises du secteur de la formation linguistique au Canada
15 ◯ Participation à des foires industrielles, commerciales ou pédagogiques au Canada
16 ◯ Participation à des foires industrielles, commerciales ou pédagogiques à l'étranger
17 ◯ Présentations à des institutions d'enseignement, à des entreprises privées ou autre, à l'étranger
18 ◯ Anciens étudiants nous ont fait connaître dans leur pays d'origine

Utilisation d'agents

19 ◯ Avons retenu les services d'au moins un agent d'éducation dans un autre pays
20 ◯ Avons fourni des documents d'information aux agents de voyage
21 ◯ Avons fourni des documents d'information aux guides et organisateurs de voyages

Autre

22 ◯ Autres activités de marketing (veuillez préciser) _____

B 1.2 Quelles ont été les trois techniques de marketing les plus efficaces que vous avez utilisées (il n'est pas nécessaire qu'elles fassent partie de la liste ci-dessus) ?

[101] 1 _____
[102] 2 _____
[103] 3 _____

B 1.3 Durant la période de déclaration, dans quelles régions du monde avez-vous conduit des activités de marketing ? (Note: la formation peut avoir pris place au Canada ou ailleurs). **Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.**

[104]
1 ◯ Canada
2 ◯ Asie (incluant le Moyen-Orient)
3 ◯ Mexique, Amérique centrale et Amérique du Sud
4 ◯ Afrique
5 ◯ États-Unis
6 ◯ Europe
7 ◯ Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, reste de l'Océanie)

B 1.4 Allez-vous bientôt entreprendre des activités de marketing dans les régions du monde identifiées à la question B 1.3 ?

[105]
1 ◯ Non
2 ◯ Oui ▶ Lesquelles ? **Cochez toutes les réponses qui s'appliquent**

[106]
1 ◯ Asie (incluant le Moyen-Orient)
2 ◯ Mexique, Amérique centrale et Amérique du Sud
3 ◯ Afrique
4 ◯ États-Unis
5 ◯ Europe
6 ◯ Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, reste de l'Océanie

Page 4

8-2200-396

BEST COPY AVAILABLE

B 1.5 Au total, à combien se montent les dépenses de marketing de votre entreprise ou de votre organisme pour **les services de formation en anglais ou en français** (au Canada et dans les autres pays) pendant la période de déclaration ? Incluez les dépenses d'impression de brochures, de voyages vers d'autres pays, de paiements effectués pour des kiosques pendant les foires commerciales et pédagogiques, d'annonces dans des revues, etc. **N'incluez pas** les dépenses de salaires et d'honoraires.

Dépenses totales de marketing (en dollars canadiens) [107] . 0 0

B 1.6 Votre entreprise ou votre organisme a-t-il formé des partenariats, en signant des ententes ou en concluant des arrangements informels avec certains des organismes suivants dans le but d'offrir ou de promouvoir vos services de formation en anglais ou en français.

		Entente signée	Arrangement informel	Pas de partenariat
Ecoles de langues privées au Canada	[108]	1 ○	2 ○	3 ○
Etablissement d'enseignement publics ou privés au Canada	[109]	1 ○	2 ○	3 ○
Concepteur de systèmes d'apprentissage par ordinateur	[110]	1 ○	2 ○	3 ○
Entreprises de l'industrie touristique (organisateurs de voyages, hôtels, etc.)	[111]	1 ○	2 ○	3 ○
Entreprises d'autres branches d'activité (banques, services publics, etc.)	[112]	1 ○	2 ○	3 ○
Agents d'éducation au Canada ou à l'étranger	[113]	1 ○	2 ○	3 ○
Ecoles de langues privées dans d'autres pays	[114]	1 ○	2 ○	3 ○
Etablissements d'enseignement étrangers	[115]	1 ○	2 ○	3 ○
Gouvernements étrangers	[116]	1 ○	2 ○	3 ○
Entreprises étrangères	[117]	1 ○	2 ○	3 ○
Autre	[118]	1 ○	2 ○	3 ○

SECTION C : Formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère dispensée à l'extérieur du Canada

Dans la Section C, veuillez fournir les renseignements qui concernent **UNIQUEMENT la formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère** qui a été dispensée **à l'extérieur du Canada** (la formation a eu lieu dans d'autres pays) pendant la période de déclaration. **Ne** donnez **pas** de renseignements sur toute autre activité à laquelle cette entreprise ou cet organisme a pu se livrer à l'extérieur du Canada.

C 1.1 Votre entreprise ou organisme a-t-il offert de la formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère **à l'extérieur du Canada** pendant la période déclaration ?

[200] 1 ○ Oui

2 ○ Non ▶ **Passez à la section D**

C 1.2 Dans quelles régions du monde votre entreprise ou votre organisme a-t-il offert cette formation ? **Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.**

[201] -1 ○ Asie (incluant le Moyen-Orient)

2 ○ Mexique, Amérique centrale et Amérique du Sud

3 ○ Afrique

4 ○ États-Unis

5 ○ Europe

6 ○ Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, reste de l'Océanie)

C 1.3 **Heures de formation ou d'enseignement** : les heures de formation ou d'enseignement représentent le total des heures de cours dispensées durant la période de déclaration. Ce total n'inclut pas le temps passé par les enseignants à préparer les cours ou à assister aux réunions, le temps requis pour aménager les locaux ou toutes les autres activités qui ne sont pas à proprement parler des activités d'enseignement.

Durant la période de déclaration, quel a été le nombre d'heures de formation ou d'enseignement en anglais ou en français langue seconde ou étrangère dispensées **à l'extérieur du Canada** ?

Nombre total d'heures [202]

C 1.4 **Inscriptions** : le total des inscriptions est le nombre total d'inscriptions pour tous les cours d'anglais ou de français langue seconde ou étrangère, peu importe le nombre de fois que quelqu'un s'est inscrit pendant la période de déclaration. Inclure les inscriptions à temps partiel et à plein temps. Par exemple, si cinq personnes différentes s'inscrivent à un cours durant la période de déclaration (3 à plein temps et 2 à temps partiel), il y a cinq inscriptions. Si une même personne s'inscrit à cinq cours différents ou consécutifs pendant la période de déclaration (à temps plein ou à temps partiel), il y a aussi cinq inscriptions.

Durant la période de déclaration, quel a été le total des inscriptions aux cours de français ou d'anglais langue seconde ou étrangère **à l'extérieur du Canada** ?

Nombre total d'inscriptions [203]

BEST COPY AVAILABLE

C 1.5 Afin de dispenser cette formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère, combien d'employés **(travaillant à l'extérieur du Canada)** y avait-il dans chacune des catégories suivantes durant la période de déclaration ?

Déclarer le nombre annuel moyen d'employés. Si le nombre d'employés a varié durant l'année, vous pouvez calculer le nombre annuel moyen d'employés en *additionnant le nombre d'employés d'une catégorie donnée pour chacun des mois et en divisant ce total par douze. Veuillez compter chaque employé qu'une seule fois. Si des employés appartiennent à plus d'une catégorie, rapportez ces derniers dans la catégorie où ils ont dépensé la majorité de leur temps.*

	Nombre d'employés travaillant à l'extérieur du Canada		
	Personnel administratif et de gestion	**Personnel enseignant** : (professeurs de français ou d'anglais, adjoints, autre personnel enseignant, conseillers pédagogiques)	**Personnel de soutien** (personnel technique, de bureau et autre personnel de soutien)
Propriétaire(s)	205	211	217
À temps plein / en année complète	206	212	218
À temps partiel / en année complète	207	213	219
À forfait	208	214	220
Temporaires et autres	209	215	221
TOTAL	210	216	222

C 1.6 Quel a été le total des recettes provenant de la prestation de ces services **à l'extérieur du Canada** pendant la période de déclaration ?

Recettes totales (en dollars canadiens) 225 . 0 0

C 1.7 Quel a été le total des dépenses liées à la prestation de ces services **à l'extérieur du Canada** pendant la période de déclaration ?

Dépenses totales (en dollars canadiens) 226 . 0 0

SECTION D - Formation en anglais ou en français langue seconde dispensée au Canada

Dans la Section D, veuillez fournir les renseignements qui concernent **uniquement la formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère** qui a été dispensée dans **une province ou un territoire canadien** pendant la période de déclaration. **Ne** fournissez **pas** de renseignements relatifs à toute autre activité à laquelle cette entreprise ou cet organisme a pu se livrer.

D 1.1 Veuillez dresser la liste de toutes les succursales de votre entreprise ou les campus de votre organisme **au Canada**

- qui dispensaient de la formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère durant la période de déclaration **et**
- qui sont couverts par ce questionnaire.

Continuez sur une feuille supplémentaire si vous avez besoin de plus d'espace.

Note: *Une définition du terme « succursale » et « campus » sont fournis dans le glossaire des termes à la fin du questionnaire.*

	Nom de la succursale ou du campus	**Ville**	**Province**
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			

Page 6

8-2200-396

D 2.1 **Heures de formation ou d'instruction** : les heures de formation ou d'instruction sont le nombre total d'heures d'enseignement données par des professeurs ou moniteurs en français ou anglais langue seconde ou étrangère durant la période de déclaration. Ce total n'inclut pas le temps consacré à la préparation de cours ou assister à des réunions, le temps passé à aménager la classe ou à toutes autres activités qui ne sont pas véritablement des périodes d'enseignement.

Quel a été le nombre total d'heures de formation ou d'instruction données dans chacune des province ou territoire ?

Province ou territoire	Nombre d'heures de formation ou d'instruction
Terre-Neuve	300
Île-du-Prince-Édouard	301
Nouvelle-Écosse	302
Nouveau-Brunswick	303
Québec	304
Ontario	305
Manitoba	306
Saskatchewan	307
Alberta	308
Colombie-Britannique	309
Yukon	310
Territoire du Nord-Ouest	311
CANADA - TOTAL DES HEURES	312

D 2.2 Durant la période déclaration, combien d'heures de formation ou d'instruction furent données aux groupes suivants **au Canada** ?

Veuillez lire attentivement la définition de chacun des groupes

Résidents du Canada : résidents permanents du Canada tels que les citoyens canadiens, les immigrants reçus, les réfugiés vivant en permanence au Canada et les autres personnes vivant au Canada à temps plein, de manière permanente (**ne comprend pas** les étudiants étrangers, détenteurs d'un visa d'étudiant, qui étudient à temps plein au Canada).

Résidents étrangers : résidents temporaires ou des visiteurs au Canada tels que les étudiants étrangers, détenteurs d'un visa d'étudiant, qui étudient à temps plein au Canada, les diplomates ou militaires étrangers, voyageurs étrangers au Canada, employés d'entreprises ou de sociétés étrangères qui travaillent ou étudient au Canada de façon temporaire et autres visiteurs ou résidents temporaires du Canada.

Statut inconnu : il peut arriver que des entreprises ne puissent pas identifier le statut de résidence d'étudiants canadiens ou étrangers à qui elles dispensent des cours. Par exemple, cette situation se produit lorsqu'une entreprise multinationale embauche une école de langue ou un professeur pour former tous ses employés à l'une de ses succursales au Canada. Une situation semblable existe lorsqu'une école de langue ne recueille pas cette information auprès de ses étudiants. Dans ces cas, les effectifs doivent être rapportés à la ligne Statut inconnu dans le tableau ci-dessous.

	Heures de formation / Heures d'instruction		
	Anglais langue seconde ou étrangère	Français langue seconde ou étrangère	TOTAL
Résidents du Canada	313	317	321
Résidents étrangers	314	318	322
Statut inconnu	315	319	323
TOTAL DES HEURES	316 A	320 B	324 Egal au total de la question D 2.1

BEST COPY AVAILABLE

Appendice C: questionnaire d'enquête

D 3.1 **Inscriptions** : le total des inscriptions est le nombre total d'inscriptions pour tous les cours d'anglais ou de français langue seconde ou étrangère, peu importe le nombre de fois que quelqu'un s'est inscrit pendant la période de déclaration. Inclure les inscriptions à temps partiel et à plein temps. Par exemple, si cinq personnes différentes s'inscrivent à un cours durant la période de déclaration (3 à plein temps et 2 à temps partiel), il y a cinq inscriptions. Si une même personne s'inscrit à cinq cours différents ou consécutifs pendant la période de déclaration (à temps plein ou à temps partiel), il y a aussi cinq inscriptions.

Durant la période de déclaration, quel a été le nombre total d'inscriptions au cours d'anglais ou de français langue seconde ou étrangère **au Canada** ?

Nombre total d'inscriptions 325 |_|_|_|_|_|_|

D 3.2 Durant la période de déclaration combien de personnes se sont-elles inscrites **au Canada**, pour chacun des groupes suivants ?

Veuillez lire attentivement la définition de résidents du Canada, résidents étrangers et statut inconnu à la question D 2.2.

	Inscriptions		
	Anglais langue seconde ou étrangère	**Français langue seconde ou étrangère**	**TOTAL**
Résidents du Canada	326	330	334
Résidents étrangers	327	331	335 C
Statut inconnu	328	332	336
TOTAL	329 A	333 B	337 Egal au total de la question D 3.1

D 3.3 Veuillez fournir le nombre d'inscriptions au **Canada** selon les types d'étudiants mentionnés dans le tableau suivant :

	Inscriptions		
Les étudiants qui étaient des :	**Anglais langue seconde ou étrangère**	**Français langue seconde ou étrangère**	**TOTAL**
Employés : d'entreprises ou de société canadiennes	340	356	372
d'entreprises ou de sociétés étrangères	341	357	373
de gouvernements ou d'organismes publics fédéral, provinciaux, régionaux, municipaux au Canada	342	358	374
de gouvernements étrangers	343	359	375
Touristes en voyage éducatif provenant : du Canada	344	360	376
d'autres pays	345	361	377
Les immigrants reçus ou les néo-Canadiens LINC, CLIC, COFI, etc.	346	362	378
Individus : **Résidents canadiens** désirant améliorer leurs compétences linguistiques pour : préparation scolaire / universitaire	347	363	379
des raisons professionnelles	348	364	380
d'autres raisons	349	365	381
Résidents étrangers désirant améliorer leurs compétences linguistiques pour : préparation scolaire / universitaire	350	366	382
des raisons professionnelles	351	367	383
d'autres raisons	352	368	384
Statut de résidence inconnu	353	369	385
Autres	354	370	386
TOTAL	355 Egal au total A de la question D 3.2	371 Egal au total B de la question D 3.2	387 Egal au grand total de la question D 3.2

Page 8

8-2200-396

BEST COPY AVAILABLE

D 3.4 Veuillez indiquer le nombre d'inscriptions selon le lieu d'origine des résidents étrangers qui étudiaient **au Canada** durant la période de déclaration.

	Lieu d'origine des résidents étrangers étudiant au Canada						**TOTAL**
	Asie (incluant le Moyen-Orient)	Mexique, Amérique centrale et Amérique du Sud	Afrique	États-Unis	Europe	Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande et le reste de l'Océanie)	
Nombre d'inscriptions	388	389	390	391	392	393	394 Égal au total C de la question D 3.2

D 3.5 Quel a été le **total des inscriptions** en anglais ou en français langue seconde ou étrangère **au Canada** durant les exercices financiers se terminant en :

395 1997 - Total des inscriptions _____ OU 396 1 ○ Pas en affaire en 1997

397 1996 - Total des inscriptions _____ OU 398 1 ○ Pas en affaire en 1996

399 1995 - Total des inscriptions _____ OU 400 1 ○ Pas en affaire en 1995

401 1994 - Total des inscriptions _____ OU 402 1 ○ Pas en affaire en 1994

D 4.1 Durant la période de déclaration, est-ce que votre entreprise ou organisme offrait la formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère :
Ne cochez qu'une seule réponse.

403 1 ○ À l'année longue ou de façon continuelle

2 ○ Pendant l'année scolaire ou universitaire seulement

3 ○ En fonction des saisons (par exemple, l'été seulement)

4 ○ De façon intermittente seulement

D 4.2 Dans quel mesure votre entreprise ou votre organisme se servait-il des méthodes suivantes pour dispenser la formation ?
Cochez une réponse pour chaque méthode.

		Pas du tout	Quelque peu	Beaucoup
Formation en classe	404	1 ○	2 ○	3 ○
Laboratoires de langue	405	1 ○	2 ○	3 ○
Audio cassettes	406	1 ○	2 ○	3 ○
Vidéos interactifs	407	1 ○	2 ○	3 ○
Formation assistée par ordinateur (p. ex. cédérom)	408	1 ○	2 ○	3 ○
Téléconférences	409	1 ○	2 ○	3 ○
Cours ou formation offerts par Internet	410	1 ○	2 ○	3 ○
Documents imprimés	411	1 ○	2 ○	3 ○
Autre (veuillez préciser) _____	412	1 ○	2 ○	3 ○

D 4.3 Parmi les méthodes pédagogiques suivantes, quelles sont celles qui ont été utilisées ?
Cochez toutes les méthodes qui s'appliquent.

413 1 ○ La formation en groupe

2 ○ La formation individuelle

3 ○ L'apprentissage à distance

4 ○ L'auto-apprentissage

5 ○ Autre (veuillez préciser) _____

BEST COPY AVAILABLE

Appendice C: questionnaire d'enquête

D 4.4 Parmi les activités de formation linguistique ou les activités sociales suivantes, quelles sont celles que vous avez organisées durant la période de déclaration et auxquelles les étudiants pouvaient participer ?
Cochez toutes les activités qui s'appliquent.

414
1 ◯ Visites de musées, concerts, pièces de théâtre et autres attractions
2 ◯ Participation à des festivals locaux ou à des activités communautaires
3 ◯ Participation ou présence à des manifestations sportives
4 ◯ Activités touristiques comme la visite de parcs, de lieux historiques, d'autres collectivités
5 ◯ Activités de la vie quotidienne telles une visite à l'épicerie, à la banque, etc.
6 ◯ Visites d'employeurs
7 ◯ Autres activités
8 ◯ Ne s'applique pas

D 4.5 Avez-vous pris des arrangements pour que les étudiants qui en ont fait la demande puissent profiter des types d'hébergement suivants ?
Cochez tous les types qui s'appliquent.

415
1 ◯ Hébergement en maison privée
2 ◯ Hébergement en résidence
3 ◯ Hébergement commercial (hôtel, motel, etc.)
4 ◯ Autres arrangements
5 ◯ Ne s'applique pas

D 5.1 Afin d'offrir cette formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère, combien d'employés **(travaillant au Canada)** y avait-il dans chacune des catégories suivantes pendant la période de déclaration?

Déclarez le nombre annuel moyen d'employés : si le nombre d'employés a varié durant l'année, vous pouvez calculer le nombre annuel moyen d'employés *en additionnant le nombre d'employés d'une catégorie donnée pour chacun des mois et en divisant ce total par douze. Veuillez compter chaque employé qu'une seule fois. Si des employés appartiennent à plus d'une catégorie, rapportez ces derniers dans la catégorie où ils ont dépensé la majorité de leur temps.*

	Nombre d'employés travaillant au Canada		
	Personnel administratif et de gestion	**Personnel enseignant** : (professeurs de français ou d'anglais, adjoints, autre personnel enseignant, conseillers pédagogiques)	**Personnel de soutien** (personnel technique, de bureau, de gestion et autre personnel de soutien)
Propriétaire(s)	416	424	432
À temps plein / en année complète	417	425	433
À temps partiel / en année complète	418	426	434
À forfait	419	427	435
À la session	420	428	436
Temporaires	421	429	437
Bénévoles / Personnel non rémunéré	422	430	438
TOTAL	423 A	431 B	439 C

D 5.2 Pour chacune des catégories suivantes, combien d'heures **un employé typique** travaillait-il habituellement au cours d'une année ? (Inclure les vacances payées et les congés de maladie). Indiquer le nombre d'heures travaillées habituellement pour chacune des catégories pour lesquelles vous avez rapporté des employés à la question D 5.1.

	Nombre d'heures habituellement travaillées par année par un employé		
	Personnel administratif et de gestion	**Personnel enseignant**	**Personnel de soutien**
Propriétaire(s)	440	447	454
À temps plein / en année complète	441	448	455
À temps partiel / en année complète	442	449	456
À forfait	443	450	457
À la session	444	451	458
Temporaires	445	452	459
Bénévoles / Personnel non rémunéré	446	453	460

Page 10

8-2200-396

BEST COPY AVAILABLE

D 5.3 Parmi les membres du personnel enseignant (Total B à la question D 5.1), quel pourcentage de ceux-ci avait les qualifications suivantes :

Qualification :	**Pourcentage du personnel enseignant ayant les qualifications suivantes**
Un diplôme d'études secondaires ou moins	461
Un diplôme collégial ou de CÉGEP	462
Un diplôme universitaire en enseignement	463
Autre diplôme universitaire	464
TOTAL DU PERSONNEL ENSEIGNANT	465 100 %

D 5.4 Parmi les membres du personnel enseignant (Total B à la question D 5.1), combien avaient une formation spécifique ou un diplôme en enseignement de l'anglais ou du français langue seconde ou étrangère ?

466 [ ] %

D 6.1 Pendant la période de déclaration, quel a été le total des recettes provenant de la formation dispensée en anglais ou en français langue seconde ou étrangère **au Canada** ?

Recettes totales (en dollars canadiens) 467 [ ] . 0 0

D 6.2 Quelles ont été les sources de recettes rapportées à la question D 6.1 ?

Sources de recettes :		**Recettes** (en dollars canadiens)
Droits de scolarité :	468	
payés par un gouvernement canadien ou étranger pour des étudiants ou ses employés	A	. 0 0
payés par une entreprise ou société canadienne ou étrangère pour des étudiants ou ses employés	469 B	. 0 0
payés par les étudiants	470 C	. 0 0
Frais imposés à l'étudiant :	471	
pour le séjour en résidence, en maison privée ou ailleurs		. 0 0
pour les activités touristiques, récréatives ou autres activités sociales	472	. 0 0
Autres :	473	
subventions du gouvernement municipal, régional, provincial ou fédéral canadien		. 0 0
autres sources de revenu	474	. 0 0
TOTAL DES RECETTES	475 Égal au total à la question D 6.1	. 0 0

D 6.3 Quelle a été le total des recettes provenant des droits de scolarité dans chacune des catégories de cours suivantes durant la période de déclaration ?

Droits de scolarité perçus pour la provision de :	**Recettes provenant des droits de scolarité** (en dollars canadiens)
Formation en anglais langue seconde ou étrangère	476 . 0 0
Formation en français langue seconde ou étrangère	477 . 0 0
TOTAL	478 Total des recettes provenant des droits de scolarité mentionnés aux lignes A+B+C de la section D 6.2 . 0 0

D 6.4 Quelle a été le total des recettes provenant des droits de scolarité dans chacune des catégories d'étudiants suivantes durant la période de déclaration ?

Droits de scolarité perçus pour la provision en formation aux :	**Recettes provenant des droits de scolarité** (en dollars canadiens)
Résidents du Canada	479 . 0 0
Étudiants étrangers	480 . 0 0
Statut inconnu	481 . 0 0
TOTAL	482 Total des recettes provenant des droits de scolarité mentionnés aux lignes A+B+C de la section D 6.2 . 0 0

BEST COPY AVAILABLE

D 6.5 Quel a été le total des recettes (en dollars canadiens) provenant de la formation dispensée en anglais ou en français langue seconde ou étrangère **au Canada** pour l'exercice financier se terminant en :

483 1997 - Total des recettes . 0 0 OU 484 1 ○ Pas en affaire en 1997

485 1996 - Total des recettes . 0 0 OU 486 1 ○ Pas en affaire en 1996

487 1995 - Total des recettes . 0 0 OU 488 1 ○ Pas en affaire en 1995

489 1994 - Total des recettes . 0 0 OU 490 1 ○ Pas en affaire en 1994

D 6.6 Quel a été le total des dépenses liées à la provision de formation en anglais ou français langue seconde ou étrangère **au Canada** durant la période de déclaration ?

Dépenses totales (en dollars canadiens) 491 . 0 0

D 6.7 Quel a été le total des dépenses liées à la provision de formation en anglais ou français langue seconde ou étrangère offerte **au Canada** pour chacune des rubriques suivantes ?

Genre de dépenses :	**Dépenses** (en dollars canadiens)
Salaires et traitements	492 . 0 0
Matériel didactique	493 . 0 0
Hébergement en maison privée, en résidence ou autres paiements relatifs à l'hébergement faits au nom des étudiants	494 . 0 0
Paiements effectués pour les voyages, les loisirs ou les activités sociales des étudiants	495 . 0 0
Dépenses d'opérations (loyer, chauffage, électricité, etc.)	496 . 0 0
Dépenses de marketing	497 Telles que rapportées à la question B 1.5 . 0 0
Autres dépenses	498 . 0 0
TOTAL DES DÉPENSES	499 Égal au total mentionné en D 6.6 . 0 0

SECTION E - Croissance future

E 1.1 **Il existe plusieurs groupes de pression et associations et organismes professionnels et de marketing dans le domaine de la formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère. Règle générale, la participation à ces associations ou organisations se fait sur une base volontaire. Votre entreprise ou votre organisme est-il membre de certaines de ces associations ou de certains de ces groupes et organismes ?**

500 1 ○ Oui ▶ Combien ? 501

2 ○ Non

E 1.2 A quel point les caractéristiques suivantes sont-elles importantes lorsqu'il s'agit de décider de devenir membre ou non de ce genre de groupes, d'associations ou d'organismes ?
Cochez une réponse pour chacune des caractéristiques.

		Pas important	Important	Très important
Le mandat ou les buts du groupe, de l'association ou de l'organisme	502	1 ○	2 ○	3 ○
La réputation professionnelle du groupe, de l'association ou de l'organisme	503	1 ○	2 ○	3 ○
La réputation professionnelle qu'elle apportera à votre propre entreprise ou organisme	504	1 ○	2 ○	3 ○
Les coûts et la cotisation	505	1 ○	2 ○	3 ○
L'importance de l'accès à des marchés existants ou nouveaux qu'entraînera l'adhésion	506	1 ○	2 ○	3 ○
La possibilité de rencontrer d'autres fournisseurs de formation en langue seconde	507	1 ○	2 ○	3 ○
La possibilité de partager de l'information avec d'autres fournisseurs	508	1 ○	2 ○	3 ○
La possibilité de former des partenariats de formation ou de marketing	509	1 ○	2 ○	3 ○

Autres considérations importantes (veuillez préciser)

BEST COPY AVAILABLE

E 1.3 La formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère représente une part croissante du secteur de l'éducation et de la formation au Canada. À votre avis, à quel point chacun des facteurs suivants est-il important pour la croissance future du secteur de la formation linguistique au Canada ? **Cochez une réponse pour chacune des caractéristiques.**

		Pas important	Important	Très important	Pas d'opinion
L'élaboration de normes nationales pour l'enseignement	510	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○
L'élaboration de normes nationales d'évaluation des étudiants	511	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○
La possibilité d'avoir accès aux nouvelles technologies d'apprentissage	512	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○
L'élaboration de matériel de cours électronique	513	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○
La concurrence internationale	514	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○
L'accès à une grande diversité de marchés étrangers	515	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○
Les politiques relatives à l'émission de visas pour les étudiants étrangers	516	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○
L'appui du (des) gouvernement(s) par le biais de politiques de développement	517	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○
L'appui du (des) gouvernement(s) par le biais de programmes de subvention	518	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○

Autre (veuillez préciser)

519

SECTION F - Attestation du répondant

Complétez la section suivante et retournez le questionnaire à Statistique Canada en utilisant l'enveloppe prévue à cette fin.

J'atteste que les renseignements contenus dans ce rapport sont, autant que je sache, exacts et complets.

Nom de la personne qui remplit le rapport	Date
Titre	N° de téléphone (y compris le code régional)
Signature	N° de télécopieur

Commentaires sur l'industrie de la formation linguistique au Canada ou sur le questionnaire en général.
Note : si vous avez besoin de plus d'espace, veuillez utiliser une feuille supplémentaire.

Nous vous remercions pour le temps et les efforts que vous avez consacrés à répondre à ce questionnaire. Nous vous en sommes très reconnaissants.

8-2200-396

Page 13

BEST COPY AVAILABLE

Appendice C: questionnaire d'enquête

Glossaire des termes utilisés dans cette enquête

À forfait (Personnel) : travailleur embauché pour remplir une tâche pendant une période de temps prédéterminée.

À la session (Personnel) : travailleur dont le contrat spécifie le nombre d'heures (par semaine ou au total) ou les cours à donner durant une certaine période de temps. Les institutions d'enseignement postsecondaire sont celles qui emploient le plus souvent cette catégorie de travailleurs.

Agent : femme ou homme d'affaires indépendant qui, sur une base contractuelle ou moyennant des honoraires, représente et commercialise, auprès du public, des produits ou services offerts par d'autres entreprises. L'agent ne dispense pas de formation.

Anglais ou français langue seconde ou étrangère : formation ou cours dont l'objectif est d'offrir aux étudiants dont la langue maternelle n'est pas l'anglais une formation en anglais, ou aux étudiants dont la langue maternelle n'est pas le français une formation en français. Ces cours peuvent être conçus pour tous les niveaux de compétence. Les gens de ce secteur font souvent référence à ces cours d'anglais ou de français comme à des cours de langue «étrangère» si l'étudiant vient **de l'extérieur** du Canada.

Arrangement informel : entente entre deux organisations ou plus qui n'est pas ratifiée par un contrat écrit et visant à promouvoir les affaires, référer des étudiants, assister ou aider d'une quelconque manière les organisations impliquées.

Auto-apprentissage : un programme d'études pour les étudiants qui désirent progresser à leur rythme. Ces étudiants ont généralement accès à des manuels, cassettes ou autre matériel écrit ou audio-visuel afin de pouvoir étudier à la maison. Le cours peut comprendre des examens mais il n'y a pas de cours en classe ou individuel.

Bureau ou succursale : bureau ou division locale d'une entreprise plus vaste. Bien qu'une succursale puisse dispenser de la formation sur les lieux, elle sera aussi chargée des aspects administratifs locaux de l'entreprise ou de l'organisme (tenue des dossiers, opérations bancaires, etc.). À ne pas confondre avec un «lieu de formation» situé à l'extérieur de l'entreprise et où il ne se fait que de l'enseignement et aucune tâche administrative. Les lieux de formation types sont des pièces louées dans des édifices partout dans la ville, afin d'en rendre l'accès plus facile aux étudiants. Un «lieu de formation» n'est pas un bureau ni une succursale.

Campus : lorsqu'un CEGEP, collège ou université privée ou publique accepte des inscriptions et dispense de l'enseignement à plus d'un site, chaque site devient un campus. Chaque site doit comprendre des fonctions administratives (recevoir des inscriptions) et des activités d'enseignement afin d'être considéré comme campus dans cette enquête.

CEGEP : un CEGEP ou Collège d'enseignement général et professionnel est une institution d'enseignement postsecondaire de la province de Québec.

École de langues privée : entreprises commerciales dont l'activité principale est la provision de formation en langue seconde ou étrangère (la formation linguistique peut être dans n'importe quelle langue autre que la langue maternelle de l'étudiant). Cette enquête s'intéresse uniquement aux écoles de langues qui offrent de la formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère.

Entente légale / contrat : aux fins de la présente enquête, une entente (ou contrat) signée est celle qui lie légalement deux organisations ou plus qui ont convenu de promouvoir leur services respectifs, se référer des étudiants, de s'assister ou de s'aider dans la conduite de leurs affaires.

Formation linguistique : aux fins de la présente enquête, le terme «formation linguistique» ne réfère qu'aux activités visant à améliorer les compétences orales, écrites, grammaticales ou analytiques de l'étudiant en anglais ou français langue seconde ou étrangère. Les activités de formation linguistique excluent l'orthophonie, le langage gestuel ou toute autre formation visant l'amélioration de la compétence en langue maternelle. Elles excluent également les cours de français ou d'anglais qu'un employeur peut avoir offert à ses propres employés par l'entremise de sa division des ressources humaines.

Hébergement en maison privée : hébergement dans une famille canadienne locale d'un étudiant provenant d'une autre province ou d'un autre pays pendant qu'il suit un cours de langue seconde. Les arrangements peuvent être pris par le fournisseur de la formation en langue seconde, l'étudiant ou quelqu'un d'autre.

Hébergement en résidence : les étudiants en anglais ou français langue seconde ou étrangère qui entreprennent des cours de langues dans une institution postsecondaire peuvent bénéficier d'un logement à la résidence de l'institution.

Organisme de bienfaisance : un organisme de bienfaisance peut être un organisme de charité enregistré, une fondation privée, ou une fondation publique au sens de la Loi de l'impôt sur le revenu, qui réside au Canada et qui a été soit établi soit créé au Canada, ou une succursale, une section, une paroisse, une congrégation ou une autre division d'un organisme ou d'une fondation, telles qu'elles sont décrites ci-dessus, qui réside au Canada et qui a été soit créée soit établie au Canada et qui reçoit des dons en son nom propre. Un organisme de bienfaisance peut émettre des reçus aux fins de l'impôt pour les cotisations et les dons reçus.

Organisme sans but lucratif : association ou société qui est organisée et n'existe que pour le bien-être collectif, l'amélioration de la vie civique, le plaisir, les loisirs ou tout autre but à l'exception du profit. Il ne s'agit pas d'un organisme de bienfaisance enregistré. L'organisme sans but lucratif ne peut pas émettre de reçus aux fins de l'impôt pour les cotisations et les dons reçus.

Partenariat : aux fins de la présente enquête, un partenariat est un accord légal ou informel entre deux ou plusieurs organisations pour mettre en marché ou promouvoir les activités des partenaires. Cet accord peut comprendre la référence de clients, le partage des dépenses et des ressources ou la promotion des activités de formation.

Pigiste, professeur ou moniteur privé : personne, qui travaille généralement à son compte, offrant ses services comme professeur ou moniteur d'anglais ou de français langue seconde sur une base temporaire ou contractuelle aux entreprises ou aux particuliers.

Préparation scolaire / universitaire : formation en anglais ou en français langue seconde ou étrangère visant l'amélioration du niveau de compétence de l'étudiant dans cette langue de manière qu'il puisse s'inscrire ou poursuivre son éducation dans un CEGEP, un collège ou une université canadienne.

Raisons professionnelles : formation visant à enseigner l'anglais ou le français langue seconde ou étrangère à des individus qui désirent améliorer leurs compétences linguistiques afin d'être en mesure de les utiliser dans le cadre de leur travail. Ces individus sont souvent des membres de corporations professionnelles (médecins, ingénieurs, comptables, etc.) qui veulent améliorer leurs compétences linguistiques en utilisant du vocabulaire spécialisé.

Succursale : voir "bureau ou succursale".

Temporaire (Personnel) : travailleur embauché pour remplir une tâche sur demande ou appel.

Voyage éducatif : un programme à l'intention des voyageurs et des touristes visant à améliorer l'aisance orale dans la langue seconde ou étrangère.

BEST COPY AVAILABLE